



Oceny stanu obecnego oraz potencjału rozwojowego podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w województwie świętokrzyskim

RAPORT Z BADANIA | 2026



Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Kielcach, w ramach projektu pn. „Zbudowanie systemu koordynacji i monitorowania regionalnych działań na rzecz kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie, w tym uczenia się dorosłych”, który wpisuje się w Krajowy Plan Odbudowy i Zwiększania Odporności.

Praca zbiorowa:

Zespół badawczy:

Maciej Mroczek

dr Jagoda Przybysz

dr hab. Krzysztof Safin, prof. WSB we Wrocławiu

Karolina Szczepaniak

Zespół po stronie Zamawiającego:

Joanna Barwinek

Anna Jastrzębska

Dorota Krajcarz

Marta Siudak

Wykonawca usługi badawczej:



Agencja Badawcza EDBAD Sp. z o.o.
Kpt. Franciszka Żwirki 6, 90-450 Łódź
www.edbad.edu.pl; biuro@edbad.edu.pl

SPIS TREŚCI

Streszczenie.....	4
Wykaz kluczowych pojęć i skrótów	19
Wprowadzenie	21
1 Rzemiosło w Polsce i regionie – ustalenia analizy desk research.....	24
1.1 Wprowadzenie do analizy desk research.....	24
1.2 Historyczne ujęcie rzemiosła	24
1.3 Definicje i ramy pojęciowe rzemiosła	28
1.4 Kształcenie w rzemiośle	32
1.5 Wpływ megatrendów społeczno-gospodarczych na rzemiosło	34
1.6 Sytuacja rzemiosła w Polsce – najnowsze ustalenia analityczne	42
1.6.1 Prognozy na 2026 rok.....	52
1.7 Bariery i wyzwania rozwojowe rzemiosła	52
1.8 Rzemiosło w województwie świętokrzyskim	63
1.8.1 Przedsiębiorczość MŚP w województwie świętokrzyskim	63
1.8.2 Organizacje rzemieślnicze w regionie	65
1.8.3 Zakłady szkolące w rzemiośle.....	66
1.8.4 Świętokrzyskie szkoły rzemieślnicze.....	77
1.8.5 System potwierdzania kwalifikacji rzemieślniczych w regionie	80
1.9 Profil i sytuacja firmy rzemieślniczej w kraju i regionie	83
2 Wyniki badania ilościowego - badanie wstępne	88
3 Wyniki badania ilościowego - badanie właściwe	95
3.1 Charakter działalności rzemieślniczej	96
3.2 Kondycja ekonomiczna i perspektywy rozwoju	115
3.3 Strategie rozwojowe	119
3.4 Zasoby ludzkie i etos rzemieślniczy.....	130
3.5 Rozpoznanie potrzeb w zakresie wsparcia publicznego	135
3.6 Wykorzystanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych	137
3.7 Ocena zaangażowania podmiotów rzemieślniczych w kształcenie młodocianych	141
3.8 Ocena efektywności kształcenia młodocianych z perspektywy rzemieślników	146
3.9 Analiza segmentacyjna	150
4 Ustalenia badania jakościowego	157
4.1 Charakterystyka uczestników badania jakościowego	157
4.1.1 Typologia postaw: optymista – realista – pesymista – sceptyk.....	157
4.2 Charakterystyka działalności i kondycja ekonomiczna	163
4.3 Strategie organizacyjne i model biznesowy	169
4.4 Zasoby ludzkie i etos rzemieślniczy.....	176
4.5 Nowoczesne technologie i innowacje.....	180
4.6 Kształcenie młodocianych pracowników	186
4.7 Potrzeby w zakresie wsparcia publicznego.....	191
5 Wnioski i rekomendacje z badania.....	198
Wykaz elementów graficznych.....	210
Spis tabel	210
Spis wykresów	210

STRESZCZENIE

CEL, ZAKRES, METODYKA I LOGIKA BADANIA

Celem badania było uchwycenie rzeczywistej skali i specyfiki współczesnego rzemiosła w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem województwa świętokrzyskiego. Punktem wyjścia był **brak jednoznacznej definicji rzemiosła w statystyce publicznej**, co uniemożliwia identyfikację sektora na podstawie danych GUS, REGON czy CEIDG. Z tego powodu konieczne było przyjęcie **definicji operacyjnej**, opartej na aktualnym brzmieniu ustawy o rzemiośle (po nowelizacji z 2025 r.) oraz na deklaracji przedsiębiorców, którzy oceniali, czy ich działalność mieści się w ramach rzemiosła.

Zakres badania obejmował analizę historycznych, prawnych i instytucjonalnych uwarunkowań rzemiosła, diagnozę współczesnych trendów i megatrendów, ocenę kondycji sektora oraz identyfikację barier i potencjałów rozwojowych. Szczególną uwagę poświęcono problemom sukcesji, zanikowi zawodów, kryzysowi szkolnictwa zawodowego oraz współczesnemu „renesansowi rzemiosła”.

Logika badania opierała się na trzech etapach:

desk research , który uporządkował wiedzę o sektorze i zidentyfikował luki definicyjne	<ul style="list-style-type: none">• przegląd aktów prawnych, raportów PARP, danych GUS, literatury naukowej i branżowej,• analiza megatrendów społeczno-gospodarczych,• rekonstrukcja historyczno-instytucjonalnych uwarunkowań rzemiosła.
badaniu wstępnym , które pełniło funkcję filtra, pozwalając wyłonić firmy faktycznie spełniające kryteria rzemiosła	<ul style="list-style-type: none">• metoda: CAWI/CATI, n=1000,• cel: weryfikacja, które podmioty spełniają definicję operacyjną rzemiosła,• próba: szeroka baza przedsiębiorców MŚP, z której wyłoniono podmioty deklarujące zgodność z definicją rzemiosła.
badaniu właściwym , obejmującym analizę strategii działania, kondycji ekonomicznej, potrzeb i barier firm rzemieślniczych	<ul style="list-style-type: none">• metoda: CAWI/CATI na próbie firm zakwalifikowanych jako rzemieślnicze, n=377,• zakres tematyczny: kondycja ekonomiczna, strategię działania, potrzeby szkoleniowe, bariery rozwojowe, etos pracy, relacje z otoczeniem,• próba: wyłącznie podmioty zweryfikowane w etapie II, co zapewniło analizę rzeczywistego sektora rzemiosła.• metoda: IDI z rzemieślnikami (n=20), przedstawicielami organizacji rzemieślniczych oraz ekspertami (n=2)• cel: uchwycenie kontekstu, motywacji, barier i doświadczeń rzemieślników, których nie da się zdiagnozować metodami ilościowymi,• rola: pogłębienie i interpretacja wyników ilościowych, identyfikacja zjawisk trudnych do zmierzenia (etos pracy, sukcesja, zanik zawodów, relacje z klientami, postawy wobec zmian).

Tak zaprojektowana metodologia pozwoliła uchwycić **rzeczywisty obraz sektora**, a nie jedynie jego administracyjny wycinek, oraz stworzyć podstawy do formułowania rekomendacji rozwojowych.

KLUCZOWE USTALENIA Z ANALIZY DESK RESEARCH

Analiza desk research stanowiła fundament całego projektu, ponieważ pozwoliła uporządkować rozproszone informacje o rzemiośle, zidentyfikować luki definicyjne oraz stworzyć spójne ramy pojęciowe niezbędne do dalszych etapów badania. Jej kluczowym wnioskiem jest to, że **rzemiosło pozostaje sektorem niewidocznym w statystyce publicznej**, co uniemożliwia jego identyfikację na podstawie danych administracyjnych. Brak kategorii „rzemiosła” w GUS, REGON i CEIDG oraz nieadekwatność PKD wymusiły przyjęcie **definicji**

operacyjnej, opartej na aktualnym brzmieniu ustawy o rzemiośle (po nowelizacji z 2025 r.) oraz deklaracji przedsiębiorców.

Kontekst historyczny rozwoju rzemiosła

W ujęciu historycznym rzemiosło od wieków pełniło funkcję gospodarczą, edukacyjną i kulturową, a jego rozwój opierał się na modelu mistrz–uczeń oraz silnych strukturach cechowych. Jednak to **procesy zachodzące po 1989 roku** w największym stopniu ukształtowały współczesny sektor. Deregulacja i dobrowolność zrzeszania się doprowadziły do osłabienia tradycyjnych instytucji rzemieślniczych, a jednocześnie do gwałtownego wzrostu liczby firm. Transformacja przyniosła jednak również zjawiska negatywne: „psucie zawodu”, spadek jakości kształcenia zawodowego oraz wycofywanie się mistrzów z nauczania.

Współcześnie rzemiosło funkcjonuje w warunkach **nakładających się wyzwań demograficznych, ekonomicznych i kulturowych**. Starzenie się rzemieślników, brak następców, niska atrakcyjność zawodów oraz zmiana wzorców konsumpcji przyspieszają zanik wielu profesji. W licznych specjalizacjach liczba aktywnych praktyków spadła do poziomu kilkudziesięciu osób w skali kraju, co grozi trwałą utratą kompetencji.

Jednocześnie analiza wskazuje na wyraźny **renesans rzemiosła**, napędzany przez indywidualizację popytu, trendy ekologiczne, nasycenie rynku masową produkcją oraz rosnącą wartość ręcznego wykonania. Nowe rzemiosło rozwija się często poza strukturami cechowymi, w oparciu o kompetencje projektowe i technologiczne młodszych pokoleń. Media społecznościowe, druk 3D, CNC i projektowanie CAD tworzą nowe modele działania, a rzemieślnicy coraz częściej pełnią rolę edukatorów i animatorów kultury.

W efekcie współczesne rzemiosło jest sektorem **jednocześnie zagrożonym i dynamicznie odbudowującym się**. Z jednej strony mierzy się z zanikiem zawodów, problemami sukcesyjnymi i presją ekonomiczną, a z drugiej — korzysta z rosnącego popytu na produkty unikatowe, trwałe i lokalne. To napięcie między tradycją a nowoczesnością stanowi klucz do zrozumienia obecnej sytuacji sektora i jego potrzeb rozwojowych.

Kształcenie w rzemiośle

Kształcenie w rzemiośle w Polsce opiera się na **modelu dualnym**, łączącym naukę teoretyczną w szkole z praktycznym przygotowaniem u rzemieślnika, a jego fundamentem pozostaje relacja **mistrz–uczeń**. System obejmuje kilka równoległych ścieżek: szkołę branżową I stopnia, technikum, naukę zawodu młodocianych u pracodawcy, praktyczną naukę zawodu dorosłych oraz kursy zawodowe prowadzące do egzaminów czeladniczych i mistrzowskich. Mimo formalnej różnorodności, to właśnie zakłady rzemieślnicze odgrywają kluczową rolę w przygotowaniu praktycznym — obecnie ok. 21–23 tys. firm szkoli uczniów, choć jeszcze w latach 90. było ich ok. 60 tys., co pokazuje skalę wycofywania się mistrzów z kształcenia. Ważnym elementem systemu są **szkoły rzemiosła** (52 placówki, ok. 9,5 tys. uczniów), które zapewniają pełny wymiar zajęć praktycznych i stanowią alternatywę wobec szkół publicznych ograniczających liczbę godzin praktyk. Kwalifikacje rzemieślnicze potwierdzane są egzaminami czeladniczymi i mistrzowskimi, funkcjonującymi w ramach Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Jednocześnie analiza wskazuje na poważne wyzwania: starzenie się mistrzów, niską atrakcyjność zawodów, spadek prestiżu szkolnictwa zawodowego oraz zanik wielu profesji, co sprawia, że system kształcenia — choć dobrze ustrukturyzowany — nie nadąża za potrzebą odtwarzania kompetencji w zawodach zagrożonych.

Sytuacja rzemiosła w kraju

Megatrendy społeczne, technologiczne, środowiskowe i geopolityczne tworzą ramy, w których funkcjonuje współczesne rzemiosło, a ich wpływ jest bezpośredni i praktyczny. **Starzenie się społeczeństwa** i kurczenie zasobu młodych pracowników prowadzą do ryzyka utraty kompetencji wraz z odchodzeniem mistrzów oraz do trudności rekrutacyjnych, które już dziś zgłasza 60% firm. **Przyspieszenie technologiczne** wymusza adaptację do

cyfrowych kanałów sprzedaży, automatyzacji i nowych technik produkcji (druk 3D, CNC, projektowanie CAD), ale dla wielu mikrofirm barierą są koszty i brak kompetencji. **Nowa gospodarka** zmienia zachowania konsumentów: rośnie popyt na produkty unikatowe, ekologiczne i personalizowane, ale jednocześnie zwiększa się zmienność popytu i znaczenie marki oraz designu. **Zmiany środowiskowe** wzmocniają pozycję rzemiosła jako sektora oferującego produkty trwałe i naprawialne, lecz jednocześnie wpływają na dostępność surowców i koszty produkcji. **Transformacja globalnego porządku** zwiększa niepewność, zakłóca łańcuchy dostaw i nasila konkurencję cenową ze strony krajów o niższych kosztach pracy. **Reorganizacja przestrzeni** sprawia, że rzemiosło w miastach korzysta z większego rynku, ale mierzy się z wysokimi kosztami najmu, a na obszarach peryferyjnych — z depopulacją i ograniczoną infrastrukturą.

Wszystkie te procesy znajdują odzwierciedlenie w najnowszych danych PARP, które pokazują, że rzemiosło jest sektorem **dużym, dynamicznym, ale strukturalnie wrażliwym**. Około 23% firm MŚP prowadzi działalność rzemieślniczą (541 tys. przedsiębiorstw), a 15% spełnia kryteria ustawowe. Sektor jest niemal w całości zbudowany na mikroprzedsiębiorstwach (99%), działających lokalnie i opartych na pracy własnej. Jednocześnie rzemiosło jest zaskakująco „młode”: niemal połowa firm powstała w ciągu ostatnich 7 lat, co potwierdza jego odbudowę i napływ nowych przedsiębiorców, zwłaszcza w branżach usługowych i kreatywnych.

Profil działalności rzemieślniczej jest silnie zindywidualizowany — dwie trzecie firm pracuje wyłącznie „na zamówienie”, a 70% świadczy usługi renowacyjne i naprawcze. Największe grupy zawodowe to rzemiosła budowlane, spożywcze, usługi urody i stylizacji oraz mechanika i naprawa maszyn. Rzemiosła artystyczne, drzewne, odzieżowe i skórzane są mniej liczne, ale często bardziej unikatowe. Firmy działają przede wszystkim lokalnie (66% klientów z najbliższej okolicy), a relacje i zaufanie są kluczowym źródłem przewagi konkurencyjnej.

Jednocześnie sektor mierzy się z poważnymi ograniczeniami. Największym wyzwaniem jest **kapitał ludzki**: trudności rekrutacyjne, brak następców, niska aktywność szkoleniowa (60% właścicieli nie szkoliło się w ostatnich 3 latach) oraz ograniczone zaangażowanie w kształcenie młodych (tylko 14% firm kiedykolwiek organizowało praktyczną naukę zawodu). Rzemieślnicy wysoko oceniają swoje kompetencje fachowe, ale słabo wypadają w obszarach sprzedaży, marketingu, technologii i finansowania działalności — czyli tam, gdzie megatrendy wymuszają największe zmiany.

Rzemiosło jest również słabo zrzeszone (21% firm), choć ci, którzy należą do cechów i izb, deklarują bardzo wysoką satysfakcję i realne korzyści. To pokazuje, że potencjał instytucjonalny sektora jest duży, ale niewykorzystany.

W efekcie rzemiosło znajduje się dziś w punkcie przecięcia dwóch sił: **(1) megatrendów, które wymuszają modernizację**, oraz **(2) silnych atutów tradycyjnego modelu pracy**, które odpowiadają na potrzeby współczesnych konsumentów.

Przyszłość sektora zależy od zdolności do łączenia jakości i lokalności z technologią, marketingiem i nowymi modelami działania — oraz od wzmocnienia systemu kształcenia, który dziś nie nadąża za potrzebami rynku.

Bariery w rozwoju rzemiosła

Rzemiosło w Polsce funkcjonuje w środowisku licznych, nakładających się barier, które ograniczają jego zdolność do rozwoju i modernizacji. Najbardziej dotkliwe są bariery finansowe: wysokie koszty wejścia w zawód, dominacja finansowania własnego oraz rosnące koszty energii i surowców sprawiają, że wiele firm odkłada inwestycje i traci konkurencyjność. Równoległe działają bariery regulacyjne — niestabilne prawo, skomplikowany system podatkowy i brak oficjalnego wykazu zawodów rzemieślniczych utrudniają planowanie

działalności i projektowanie instrumentów wsparcia, a wysokie koszty lokalowe wypierają warsztaty z centrów miast.

Najpoważniejszym wyzwaniem pozostają jednak bariery kadrowe i sukcesyjne: starzenie się kadr, trudności rekrutacyjne, niska atrakcyjność szkolnictwa zawodowego i brak planów sukcesyjnych prowadzą do luki pokoleniowej i ryzyka zanikania wielu zawodów. Modernizację hamują także bariery technologiczne — wysokie koszty nowych technologii, niskie kompetencje cyfrowe i brak strategii digitalizacji sprawiają, że część firm nie nadąża za zmianami rynkowymi. Sytuację pogarszają bariery informacyjne: słaby przepływ wiedzy, niska świadomość dostępnych programów wsparcia i brak spójnych danych o sektorze ograniczają profesjonalizację i utrudniają projektowanie polityk publicznych.

Rzemiosło zmagają się również z barierami wizerunkowymi — stereotypem „skansenu”, myleniem rzemiosła z rękodzielstwem i deprecjacją szkolnictwa zawodowego — co obniża prestiż zawodów i utrudnia pozyskiwanie uczniów. Ostatnią grupę stanowią bariery rynkowe wynikające z globalizacji i transformacji ekologicznej: konkurencja taniego importu, rosnące koszty energii i surowców oraz nowe obowiązki środowiskowe obniżają rentowność i zwiększają ryzyko marginalizacji sektora. W efekcie rzemiosło, mimo wysokiej jakości pracy i rosnącego popytu na produkty unikatowe, działa w warunkach, które utrudniają wykorzystanie jego pełnego potencjału.

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim funkcjonuje w gospodarce o wyraźnie mikrofirmowym charakterze. Spośród ok. 69 tys. aktywnych przedsiębiorstw aż 66 tys. to podmioty zatrudniające do 9 osób, a firm średnich i dużych jest zaledwie kilkaset. Taka struktura sprzyja rzemiosłu — sektor naturalnie wpisuje się w lokalny ekosystem małych działalności, usług codziennych i firm rodzinnych — ale jednocześnie ogranicza możliwości współpracy z większymi podmiotami, które mogłyby generować stabilny popyt. Region charakteryzuje się jednym z najniższych poziomów przedsiębiorczości w kraju, a jego parametry społeczno-gospodarcze (depopulacja, starzenie się ludności, niskie wynagrodzenia, słaba dynamika rynku pracy) tworzą warunki ograniczonego popytu wewnętrznego i mniejszej dostępności kadr.

W regionie działa 19 cechów rzemieślniczych współpracujących z Izbą Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach, a także spółdzielnie i jednostki gospodarcze reprezentujące różne branże. Struktura organizacyjna jest rozbudowana, ale obejmuje głównie mikrofirmy, co odzwierciedla lokalny charakter rzemiosła. Jednocześnie sieć zakładów szkolących jest szeroka — w regionie funkcjonują setki firm prowadzących praktyczną naukę zawodu, szczególnie w branżach usług osobistych, motoryzacji, instalacji, budownictwa, gastronomii i rzemiosł produkcyjnych. To pokazuje, że rzemiosło pełni ważną funkcję edukacyjną i jest jednym z głównych filarów systemu kształcenia dualnego w województwie.

Struktura branżowa rzemiosła w regionie jest zróżnicowana, ale dominuje kilka grup: usługi osobiste (głównie fryzjerstwo i kosmetyka), motoryzacja (mechanika, elektromechanika, blacharstwo, lakiernictwo), instalacje i budownictwo. Branże te odpowiadają za największą liczbę zakładów i są obecne zarówno w miastach powiatowych, jak i w mniejszych miejscowościach. Produkcja rzemieślnicza (stolarstwo, piekarstwo, krawiectwo) występuje stabilnie, ale w mniejszej skali. Taki profil odzwierciedla lokalne potrzeby mieszkańców oraz strukturę popytu w regionie o niskiej sile nabywczej.

Łącznie rzemiosło w województwie świętokrzyskim można określić jako sektor **stabilny, silnie zakorzeniony lokalnie, ale obciążony strukturalnymi ograniczeniami regionu**: niską przedsiębiorczością, depopulacją, słabszą sytuacją dochodową mieszkańców i brakiem dużych firm, które mogłyby pełnić rolę „lokomotywu” rozwojowych. Jednocześnie szeroka sieć zakładów szkolących i aktywność cechów wskazują, że rzemiosło pozostaje jednym z kluczowych elementów regionalnego ekosystemu gospodarczego.

Profil i sytuacja firmy rzemieślniczej w kraju i regionie

Współczesna firma rzemieślnicza w Polsce to specyficzny typ mikroprzedsiębiorstwa, którego funkcjonowanie opiera się na pracy własnej, wysokich kompetencjach fachowych i silnym zakorzenieniu lokalnym. Analiza desk research pokazuje, że mimo dużej różnorodności branż, rzemiosło posiada zestaw wspólnych cech strukturalnych, które odróżniają je od innych mikrofirm. Fundamentem działalności jest osobista praca rzemieślnika, jego kwalifikacje zawodowe oraz reputacja budowana latami — to one stanowią główne źródło przewagi konkurencyjnej. Decyzje podejmowane są szybko i jednoosobowo, a horyzont działania jest krótki i operacyjny, rzadko obejmując planowanie strategiczne.

Skala działania firm rzemieślniczych jest lokalna lub regionalna, a relacje z klientami mają charakter bezpośredni i oparty na zaufaniu. Model biznesowy koncentruje się na usługach „szytych na miarę”, naprawach, renowacjach i unikatowych wyrobach. Styl zarządzania jest paternalistyczny — właściciel pełni jednocześnie rolę wykonawcy, menedżera, księgowego i często instruktora zawodu. Wsparcie rodziny odgrywa kluczową rolę, zarówno operacyjną, jak i finansową, co sprawia, że wiele firm funkcjonuje de facto jako nieformalne przedsiębiorstwa rodzinne.

Jednocześnie sektor charakteryzuje się niskimi kompetencjami menedżerskimi, ograniczonym dostępem do finansowania, słabą digitalizacją i wysoką wrażliwością na zmiany otoczenia gospodarczego. Rzemiosło reaguje na zmiany powoli, a brak poduszki finansowej i rosnące koszty prowadzenia działalności zwiększają ryzyko wstrząsów. Zatrudnienie jest bardzo niskie, a pozyskanie pracowników — szczególnie młodych — stanowi jedno z największych wyzwania. Problem sukcesji jest strukturalny: starzenie się rzemieślników i spadek liczby uczniów prowadzą do zaniku wielu zawodów.

Społeczny odbiór rzemiosła pozostaje ambiwalentny. Z jednej strony rośnie zainteresowanie produktami unikatowymi i trwałymi, co napędza współczesny renesans rzemiosła. Z drugiej — utrzymują się stereotypy kojarzące rzemiosło z archaiczną, drobną wytwórczością, co obniża prestiż zawodów i utrudnia rekrutację.

Analiza SWOT pokazuje wyraźną asymetrię sektora. Do silnych stron należą: wysoka jakość pracy, unikalne kompetencje, elastyczność oferty, zakorzenienie lokalne i etos pracy. Słabości obejmują: niskie kompetencje biznesowe, ograniczony dostęp do kapitału, słabą digitalizację, problemy sukcesyjne i niewielką skalę działania. Szanse wynikają z trendów ekologicznych, gospodarki obiegu zamkniętego, rosnącego popytu na produkty unikatowe oraz nowych technologii i mediów społecznościowych. Zagrożenia to m.in. konkurencja taniego importu, zmiany demograficzne, rosnące koszty prowadzenia działalności, presja regulacyjna i niestabilność gospodarcza.

W województwie świętokrzyskim te cechy są szczególnie widoczne. Region charakteryzuje się jedną z najniższych w kraju dynamik przedsiębiorczości, depopulacją, starzeniem się społeczeństwa i niskimi dochodami mieszkańców. Struktura gospodarki oparta niemal wyłącznie na mikrofirmach sprzyja rzemiosłu, ale jednocześnie ogranicza jego możliwości rozwojowe — brakuje dużych podmiotów generujących popyt, stabilnych łańcuchów kooperacyjnych i impulsów modernizacyjnych. W efekcie rzemiosło w regionie jest silnie zakorzenione lokalnie i pełni ważną funkcję społeczną, ale działa w warunkach ograniczonego popytu, słabszej bazy demograficznej i niskiej dostępności kadr.

KLUCZOWE USTALENIA BADANIA TERENOWEGO

Charakter działalności rzemieślniczej

Charakter działalności rzemieślniczej w województwie świętokrzyskim odzwierciedla klasyczny model polskiego rzemiosła: sektor oparty na mikroprzedsiębiorstwach, silnie zakorzeniony w tradycji, relacjach lokalnych i osobistej pracy właściciela, a jednocześnie podlegający stopniowej transformacji w kierunku niszowości, personalizacji i segmentu premium. Wyniki badania ilościowego (n=377) oraz jakościowego (22 IDI) pokazują, że rzemiosło w regionie funkcjonuje w oparciu o stabilne, powtarzalne wzorce organizacyjne, ale równocześnie adaptuje się do zmian rynkowych poprzez redefinicję wartości, oferty i sposobów dotarcia do klienta.

Struktura sektora jest jednoznacznie mikrofirmowa: aż 96,8% badanych podmiotów to firmy zatrudniające do 9 osób, a 21,8% to działalności jednoosobowe. Model organizacyjny opiera się na zasadzie „firma to ja”, w której właściciel pełni jednocześnie funkcję wykonawcy, menedżera, księgowego, marketingowca i często instruktora zawodu. Decyzje podejmowane są szybko, intuicyjnie i operacyjnie, bez formalnych strategii — co potwierdza fakt, że 57,6% firm nie posiada żadnego planu rozwoju, a 85,7% koncentruje się wyłącznie na bieżącej działalności. Horyzont działania jest krótki, a planowanie strategiczne pojawia się głównie w firmach rodzinnych i zawodach tradycyjnych.

Silne zakorzenie instytucjonalne jest jedną z najbardziej charakterystycznych cech rzemiosła w regionie. Aż 82% firm deklaruje przynależność do cechu lub izby rzemieślniczej — wynik znacznie wyższy niż średnia krajowa. Zrzeszenie pełni funkcję nie tylko reprezentacyjną, ale także praktyczną: umożliwia organizację egzaminów czeladniczych i mistrzowskich, wspiera proces kształcenia młodocianych oraz buduje poczucie przynależności do środowiska zawodowego. Tożsamość rzemieślnicza jest silnie związana z tradycyjnym systemem kwalifikacji — 81,4% firm posiada w swoim zespole mistrza lub czeladnika, a tytuły te są traktowane jako fundament profesjonalizmu i gwarancja jakości.

Model biznesowy rzemiosła pozostaje lokalny i relacyjny. Klienci indywidualni stanowią główne źródło przychodów (79%), a podstawowym kanałem sprzedaży jest kontakt bezpośredni (70,3%). Rzemiosło funkcjonuje w logice usług „szytych na miarę”, napraw, renowacji i produkcji unikatowych wyrobów, co odróżnia je od firm usługowych i produkcyjnych działających w większej skali. Relacja z klientem opiera się na zaufaniu, reputacji i rekomendacjach — „poczta pantoflowa” pozostaje najważniejszym kanałem pozyskiwania klientów (54,4%). Marketing tradycyjny dominuje, choć w wybranych branżach (beauty, krawiectwo, florystyka) rośnie znaczenie mediów społecznościowych, które pełnią funkcję cyfrowego portfolio, a nie substytutu relacji osobistych.

Struktura branżowa rzemiosła jest zróżnicowana, ale wyraźnie dominują trzy segmenty: branże techniczne i mechaniczne (36,9%), usługi osobiste (30,2%) oraz budownictwo i wykończenia (18,8%). Branże spożywcze stanowią 10,9%, a odzieżowe i precyzyjne — poniżej 2%. W branżach technicznych kluczową rolę odgrywa mechanika pojazdowa (71,9% wskazań), instalacje budowlane (18,7%) oraz obróbka metali (5,8%). W usługach osobistych dominują fryzjerzy i kosmetyczki, a w budownictwie — murarze, tynkarze, stolarze i monterzy instalacji. Struktura ta odzwierciedla lokalny charakter popytu oraz tradycyjne specjalizacje regionu.

Transformacja modelu usług jest jednym z najważniejszych wniosków jakościowych. Rzemieślnicy wskazują na wyraźne przesunięcie od usług masowych ku personalizacji, unikatowości i segmentowi premium. W wielu branżach (stolarstwo, krawiectwo, kosmetologia, optyka) rośnie znaczenie jakości, ręcznej pracy i indywidualnego podejścia, co stanowi odpowiedź na konkurencję taniego importu i produkcji masowej. Niszowość staje się strategią przetrwania — rzemieślnicy świadomie budują przewagę na mistrzostwie, a nie na cenie.

Cyfryzacja sektora pozostaje ograniczona, ale rośnie. Ilościowo sprzedaż internetowa ma marginalne znaczenie (1,3%), jednak jakościowo media społecznościowe stają się ważnym narzędziem budowania marki, szczególnie w branżach kreatywnych. Rzemieślnicy traktują je jako sposób prezentacji efektów pracy („przed i po”), a nie jako kanał sprzedaży. Internet nie zastępuje relacji — wzmacnia je.

Tożsamość rzemieślnicza jest silna i oparta na etosie pracy ręcznej, uczciwości, precyzji i kulturze osobistej. Rzemiosło jest postrzegane jako pasja i sposób życia, a nie tylko zawód. W wywiadach pojawia się często motyw „sznytu”, „dumy z fachu” i odpowiedzialności za jakość. Jednocześnie rzemieślnicy podkreślają, że ich praca jest coraz bardziej wymagająca — rosną oczekiwania klientów, koszty materiałów i presja regulacyjna.

Wniosek syntetyczny: Charakter działalności rzemieślniczej w województwie świętokrzyskim łączy tradycyjny model mikrofirmy, silnie zakorzenionej w lokalnej społeczności i systemie kwalifikacji mistrzowskich, z rosnącą orientacją na nisze, personalizację i jakość premium. Sektor pozostaje w dużej mierze analogowy i relacyjny, ale

stopniowo adaptuje elementy cyfrowe i nowoczesne technologie, traktując je jako narzędzia wspierające, a nie zastępujące pracę ręczną. To właśnie ta hybrydowa tożsamość — tradycja połączona z selektywną modernizacją — definiuje współczesny charakter rzemiosła w regionie.

Kondycja ekonomiczna i perspektywy rozwoju

Kondycja ekonomiczna świętokrzyskiego rzemiosła charakteryzuje się jednoczesną stabilnością operacyjną i narastającą presją kosztową, a perspektywy rozwoju są umiarkowanie pozytywne, choć silnie zróżnicowane branżowo. Wyniki badania ilościowego wskazują na względnie dobrą bieżącą sytuację większości firm, natomiast wywiady jakościowe ujawniają głębokie napięcia strukturalne, które mogą decydować o przyszłości sektora w regionie.

Ogólna ocena sytuacji ekonomicznej jest pozytywna: 66,8% rzemieślników określa ją jako „raczej dobrą”, a jedynie 8,8% wskazuje na trudności finansowe. Tylko 3,2% firm deklaruje sytuację „bardzo dobrą”, co potwierdza, że sektor funkcjonuje stabilnie, ale bez nadwyżek pozwalających na dynamiczny rozwój. Jednocześnie dane ilościowe pokazują wyraźną dychotomię: 42,4% firm odnotowało wzrost przychodów, a 40,8% wzrost liczby zleceń, lecz równolegle ponad połowa przedsiębiorców wskazuje na drastyczne pogorszenie w obszarze kosztów — stałych (53,3%), materiałów i surowców (52,0%) oraz pracy (50,4%). W efekcie rzemiosło funkcjonuje w warunkach rosnącej presji kosztowej, która ogranicza możliwości inwestycyjne i wymusza podnoszenie cen usług.

Rentowność i zdolność inwestycyjna pozostają względnie stabilne, choć niejednoznaczne. Rentowność poprawiła się u 48,1% firm, ale dla większości (55,7%) pozostała bez zmian, co sugeruje, że wzrost kosztów jest kompensowany głównie poprzez podwyżki cen. Zdolność inwestycyjna poprawiła się u 31,3% przedsiębiorstw, jednak 15,1% deklaruje jej spadek — szczególnie w branżach o wysokiej energochłonności i kosztach materiałowych. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że inwestycje są realizowane ostrożnie i selektywnie, głównie w technologie, które obniżają koszty stałe (np. fotowoltaika) lub zwiększają precyzję pracy (np. CNC, lasery, foroptery).

Perspektywy rozwoju branż są umiarkowanie optymistyczne: 52,5% rzemieślników ocenia je jako „raczej dobre”, 26% spodziewa się stabilizacji, a 11,4% obawia się pogorszenia sytuacji. Jednak dane jakościowe ujawniają silną polaryzację. Branże techniczne i budowlane — mechanika pojazdowa, instalacje, stolarstwo, dekarstwo — notują nadmiar zamówień i planują ekspansję. Z kolei rzemiosła niszowe i artystyczne (modniarstwo, parasolnictwo, rękodzieło precyzyjne) funkcjonują często „na styk”, zmagając się z sezonowością, niską siłą nabywczą klientów i konkurencją taniego importu. W wielu przypadkach to właśnie niszowość i unikatowość decydują o przetrwaniu — rzemieślnicy świadomie uciekają od konkurencji cenowej ku segmentowi premium, gdzie klient akceptuje wyższą cenę w zamian za jakość, personalizację i ręczną pracę.

Najważniejsze wyzwania ekonomiczne mają charakter strukturalny. W badaniach jakościowych rzemieślnicy rzadko wskazują konkurencję jako główne zagrożenie — znacznie częściej wymieniają „opresyjność państwa”: biurokrację, nieprzewidywalność przepisów, rosnące daniny (ZUS, podatek od nieruchomości) oraz brak stabilności regulacyjnej. W miastach pojawia się dodatkowo problem nierównej konkurencji wynikającej z niższych kosztów warsztatów wiejskich działających w systemie KRUS, co prowadzi do zaniżania cen rynkowych i presji na marże.

Kryzys sukcesji jest najpoważniejszym zagrożeniem długofalowym. Wielu właścicieli — szczególnie w zawodach tradycyjnych, takich jak stolarstwo, piekarstwo, ślusarstwo czy rzemiosła precyzyjne — deklaruje, że po przejściu na emeryturę zamknie zakład, ponieważ młode pokolenie nie jest zainteresowane przejęciem firmy. W połączeniu z niską retencją uczniów („zasada 2/10”) i emigracją absolwentów szkół branżowych, prowadzi to do realnego ryzyka zaniku części zawodów w regionie.

Czynniki wspierające rozwój wskazywane przez rzemieślników koncentrują się wokół stabilizacji kosztów i uproszczenia otoczenia regulacyjnego. Najczęściej wymieniane potrzeby to: stabilizacja cen energii i materiałów (56,5%), uproszczenie przepisów i formalności (54,1%), dopłaty do wynagrodzeń uczniów (40,1%) oraz wsparcie inwestycyjne w modernizację parku maszynowego. Eksperti postulują stworzenie programu „Młody Rzemieślnik”, który — na wzór wsparcia dla rolników — zapewniłby realny kapitał na start i modernizację, a nie jedynie krótkie staże czy refundacje.

Wniosek syntetyczny: Kondycja ekonomiczna rzemiosła w województwie świętokrzyskim jest stabilna, ale obciążona rosnącymi kosztami i niepewnością regulacyjną. Perspektywy rozwoju są umiarkowanie pozytywne, szczególnie w branżach technicznych i budowlanych, jednak sektor stoi przed poważnymi wyzwaniami strukturalnymi: kryzysem sukcesji, presją kosztową i brakiem systemowych narzędzi wspierających modernizację najmniejszych zakładów. Przyszłość rzemiosła zależeć będzie od zdolności do utrzymania jakości, wykorzystania nisz premium oraz stworzenia warunków sprzyjających inwestycjom i przekazywaniu fachu kolejnym pokoleniom.

Strategie rozwojowe

Strategie rozwojowe świętokrzyskich rzemieślników mają charakter wyraźnie adaptacyjny: są oparte na ewolucyjnym doskonaleniu fachu, budowaniu relacji z klientami oraz selektywnych inwestycjach, które wzmacniają jakość usług, a nie zmieniają fundamentów modelu biznesowego. Wyniki badania ilościowego i jakościowego pokazują, że sektor rozwija się przede wszystkim poprzez działania operacyjne, a nie formalne planowanie strategiczne. Rzemiosło pozostaje branżą, w której rozwój jest procesem organicznym, wynikającym z doświadczenia, reputacji i stopniowego poszerzania kompetencji.

Brak formalizacji strategii jest jedną z najbardziej charakterystycznych cech sektora. Ponad połowa firm (57,6%) nie posiada żadnego planu rozwoju, a jedynie 28,1% deklaruje posiadanie strategii. Głównym powodem jest koncentracja na bieżącej działalności (85,7%) oraz brak czasu i zasobów (20,3%). W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że ich firmy funkcjonują w modelu „firma to ja”, w którym właściciel odpowiada za wszystkie decyzje i nie ma przestrzeni na formalne planowanie. Zarządzanie odbywa się intuicyjnie, w oparciu o doświadczenie i obserwację rynku, a horyzont działania jest krótki i operacyjny.

Kierunki rozwoju wskazywane przez rzemieślników koncentrują się na doskonaleniu kompetencji i poszerzaniu oferty. Najczęściej planowane działania to szkolenia i rozwój umiejętności (49,1%) oraz rozszerzenie portfolio usług i produktów (47,2%). Inwestycje deklaruje 41,1% firm, głównie w zakup nowych maszyn i narzędzi (61,9%). W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że rozwój odbywa się poprzez innowacje produktowe — tworzenie nowych wariantów usług, personalizację, wprowadzanie elementów premium — które pozwalają wyróżnić się na tle produkcji masowej. Inwestycje technologiczne pełnią podwójną rolę: zwiększają precyzję (np. lasery w kosmetologii, foroptery w optyce) oraz obniżają koszty stałe (fotowoltaika, CNC odciążające pracowników).

Pozyskiwanie klientów i budowanie marki opiera się przede wszystkim na marketingu relacyjnym. Polecenia są najważniejszym kanałem akwizycji (54,4%), a media społecznościowe (26,3%) i reklama lokalna (23,1%) pełnią funkcję uzupełniającą. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że „poczta pantoflowa” jest fundamentem ich działalności, ponieważ buduje zaufanie — kluczowy element usług manualnych. Media społecznościowe (głównie Facebook i Instagram) pełnią rolę cyfrowego portfolio, prezentującego efekty pracy „przed i po”, ale nie zastępują relacji osobistych. W wielu branżach (beauty, krawiectwo, florystyka) stanowią jednak ważny element budowania marki i przyciągania klientów spoza najbliższej okolicy.

Strategia premium jest jednym z najważniejszych trendów rozwojowych. Rzemieślnicy świadomie uciekają od konkurencji cenowej, stawiając na jakość, unikatowość i ręczną pracę. W wywiadach podkreślają, że wysoka cena jest narzędziem selekcji klientów — przyciąga osoby, które potrafią docenić fach i są gotowe zapłacić za

jakość. Strategia premium jest szczególnie widoczna w branżach kreatywnych (krawiectwo, florystyka, kosmetologia), ale także w stolarstwie, optyce i usługach technicznych.

Strategie finansowe są ostrożne i defensywne. Aż 63,1% firm nie korzysta z żadnych funduszy publicznych, głównie z powodu braku wiedzy o programach (47,1%) i skomplikowanych procedur (35,3%). Rzemieślnicy radzą sobie z rosnącymi kosztami poprzez stopniowe podnoszenie cen, jednocześnie odrzucając tańsze zamienniki materiałów, aby nie stracić renomy. W wielu przypadkach firmy redukują zatrudnienie i przechodzą na model pracy rodzinnej lub samozatrudnienia, aby ograniczyć koszty pracy.

Zasięg działalności jest w większości lokalny: 53,4% firm działa wyłącznie na rynku lokalnym, a 25,1% w skali regionalnej. Jednak wywiady ujawniają dualizm: branże codzienne (fryzjerstwo, piekarnictwo, mechanika) są ściśle lokalne, natomiast niszowe profesje (modniarstwo, parasolnictwo, stolarstwo artystyczne, renowacja zabytków) otwierają rzemieślnikom rynek ogólnopolski, a nawet międzynarodowy. W tych branżach Internet pełni rolę kluczowego narzędzia ekspozycji.

Wniosek syntetyczny: Strategie rozwojowe rzemieślników w województwie świętokrzyskim są przede wszystkim strategiami adaptacyjnymi — opartymi na doskonaleniu fachu, budowaniu relacji i selektywnych inwestycjach technologicznych. Sektor rozwija się ewolucyjnie, a nie rewolucyjnie: rzemieślnicy unikają radykalnych zmian modelu biznesowego, preferując stabilność, jakość i stopniowe poszerzanie kompetencji. Kluczowym kierunkiem rozwoju jest segment premium, który pozwala budować przewagę konkurencyjną w warunkach rosnących kosztów i presji masowej produkcji.

Zasoby ludzkie i etos rzemieślniczy

Zasoby ludzkie i etos pracy stanowią jeden z kluczowych fundamentów funkcjonowania świętokrzyskiego rzemiosła. Wyniki badania pokazują, że sektor opiera się na najmniejszych zespołach, silnych relacjach wewnętrznych oraz tradycyjnych wartościach zawodowych, które kształtują sposób pracy, relacje z klientami i podejście do jakości. Jednocześnie rzemiosło mierzy się z wyzwaniem pokoleniowym, niedoborami kadrowymi i niską atrakcyjnością zawodów wśród młodych.

Dominacja mikrozespołów jest jedną z najbardziej charakterystycznych cech sektora. Dane ilościowe wskazują, że 21,8% firm to działalności jednoosobowe, a najczęściej spotykane zakłady zatrudniają od 2 do 5 osób. Większość przedsiębiorców (83,3%) uważa, że obecna liczba pracowników jest wystarczająca do realizacji bieżących zleceń, choć 15,1% sygnalizuje niedobory kadrowe ograniczające ich możliwości rozwojowe. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że małe zespoły są naturalnym efektem modelu „firma to ja”, w którym właściciel wykonuje większość prac samodzielnie, a zatrudnienie dodatkowych osób wiąże się z wysokimi kosztami i ryzykiem. Mikrostruktura sprzyja stabilności, ale ogranicza skalowanie działalności.

Trudności rekrutacyjne nie są powszechne — 76,9% firm ich nie zgłasza — jednak tam, gdzie występują, mają charakter punktowy i dotyczą zawodów wymagających wysokiej precyzji lub pracy fizycznej. Najczęściej wskazywane bariery to brak kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami, niska motywacja do pracy oraz wysokie oczekiwania płacowe młodych osób. W badaniach jakościowych rzemieślnicy podkreślają, że największym deficytem nie są umiejętności techniczne, lecz kompetencje miękkie: wytrwałość, odporność na stres, komunikatywność i realistyczna ocena własnych możliwości. W wielu wypowiedziach pojawia się przekonanie, że „fachu można nauczyć, charakteru nie”, co pokazuje, jak silnie wartości osobiste wpływają na ocenę pracowników.

Etos rzemieślniczy pozostaje jednym z najważniejszych elementów tożsamości sektora. W badaniu ilościowym trzy wartości uznano za kluczowe: uczciwość i rzetelność (74,5%), precyzja (73,2%) oraz kultura osobista i profesjonalizm (72,2%). Wywiady pogłębione potwierdzają, że rzemiosło jest postrzegane jako sposób życia, a nie tylko zawód — wymagający pokory, cierpliwości i osobistego zaangażowania. Rzemieślnicy mówią o „sznycie”, „dumie z fachu” i odpowiedzialności za jakość, a w wielu branżach (stolarstwo, optyka, florystyka,

kosmetologia) pojawia się także element patriotyzmu gospodarczego: potrzeba tworzenia produktów lokalnych, autentycznych, „z duszą”.

Wyraźny jest również **konflikt pokoleniowy**. Starsi mistrzowie wskazują, że młodzi adepci często wykazują „słomiany zapał”, niską odporność na krytykę i oczekiwanie szybkich efektów bez wieloletniej nauki. Idealny pracownik jawi się jako figura niemal mityczna — lojalny, sumienny, z „estetyką w rękach” i gotowy do długiego procesu kształcenia. Aby zatrzymać wartościowych pracowników, rzemieślnicy stosują strategie retencyjne: budowanie rodzinnej atmosfery, premie, podwyżki oraz finansowanie szkoleń, choć podkreślają, że rosnące koszty pracy ograniczają ich możliwości w tym zakresie.

Wniosek syntetyczny: Zasoby ludzkie i etos rzemieślniczy są jednym z najważniejszych kapitałów sektora, ale jednocześnie jednym z najbardziej wrażliwych obszarów. Rzemiosło opiera się na najmniejszych zespołach, silnych relacjach i tradycyjnych wartościach, które budują zaufanie klientów i jakość usług. Jednocześnie sektor mierzy się z wyzwaniem pokoleniowymi, niedoborami kadrowymi i niską atrakcyjnością zawodów wśród młodych. Przyszłość rzemiosła zależeć będzie od zdolności do przyciągania nowych pracowników, utrzymania etosu pracy oraz wzmocnienia kompetencji miękkich i zawodowych kolejnych pokoleń.

Potrzeby w zakresie wsparcia publicznego

Potrzeby w zakresie wsparcia publicznego wśród świętokrzyskich rzemieślników koncentrują się wokół trzech głównych obszarów: stabilizacji kosztów prowadzenia działalności, uproszczenia procedur administracyjnych oraz wsparcia kadrowego i inwestycyjnego. Wyniki badania ilościowego pokazują, że sektor — mimo silnego zakorzenienia w tradycji i dużej samodzielności — pilnie potrzebuje instrumentów, które ułatwią modernizację, szkolenie młodych pracowników i funkcjonowanie w coraz bardziej złożonym otoczeniu regulacyjnym.

Najczęściej wskazywaną potrzebą są dopłaty do wynagrodzeń uczniów i młodych pracowników, które deklaruje 40,1% firm. Rzemieślnicy podkreślają, że koszty szkolenia młodocianych są wysokie, a zwroty — opóźnione i niewystarczające. Drugim kluczowym obszarem jest bezpłatne doradztwo prawne, podatkowe i technologiczne (34,2%), które ma pomóc w poruszaniu się po skomplikowanych przepisach i podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. 29,4% firm oczekuje bezpośrednich dotacji na modernizację parku maszynowego, a 23,6% — preferencyjnych pożyczek na rozwój. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że koszty nowoczesnych technologii (np. CNC, lasery, automaty szlifierskie) są nieosiągalne dla mikrofirm bez wsparcia zewnętrznego, a inwestycje w sprzęt są kluczowe dla utrzymania konkurencyjności.

Jednocześnie aż 63,1% rzemieślników nie korzysta z żadnych funduszy publicznych. Głównymi barierami są brak wiedzy o dostępnych programach (47,1%) oraz skomplikowane, czasochłonne procedury (35,3%). Tylko 2,1% badanych uważa, że informacje o wsparciu są „zdecydowanie łatwe” do pozyskania. W wywiadach rzemieślnicy mówią o „papierologii nie dla normalnego człowieka”, strachu przed kontrolami i poczuciu, że język programów jest niezrozumiały dla mikrofirm. Wielu przedsiębiorców nie może pozwolić sobie na udział w spotkaniach informacyjnych, ponieważ nie mogą opuścić warsztatu w godzinach pracy. Mikrofirmy nie mają zaplecza administracyjnego, a właściciel wykonuje jednocześnie pracę fizyczną, obsługę klienta i księgowość.

W badaniach jakościowych pojawia się silny postulat stworzenia programu „Młody Rzemieślnik” — analogicznego do wsparcia dla rolników — który zapewniłby realny kapitał na start, modernizację parku maszynowego i rozwój kompetencji. Rzemieślnicy wskazują również na potrzebę obniżenia kosztów stałych, szczególnie składek ZUS (postulat uzależnienia ich od dochodu) oraz podatku od nieruchomości, który „zabija warsztaty w centrach miast”. Ekspertki zwracają uwagę na konieczność reformy staży i praktyk — obecne trzymiesięczne staże są zbyt krótkie, by przygotować ucznia do zawodu, a refundacje za szkolenie młodocianych są opóźnione nawet o kilka miesięcy. Wskazywana jest także potrzeba wprowadzenia „podejścia edukacyjnego zamiast karnego” w działaniach instytucji kontrolnych, które często nakładają mandaty zamiast dawać czas na poprawę uchybień.

Wniosek syntetyczny: Potrzeby w zakresie wsparcia publicznego koncentrują się na stabilizacji kosztów, uproszczeniu procedur i wzmocnieniu systemu kształcenia młodych pracowników. Rzemiosło oczekuje prostych, dostępnych instrumentów — dopłat do wynagrodzeń uczniów, doradztwa, dotacji na sprzęt i preferencyjnych pożyczek — a nie rozbudowanych programów wymagających zaplecza administracyjnego. Sektor potrzebuje wsparcia, które realnie odciąży mikrofirmy, umożliwi modernizację i pomoże w odbudowie kadr, a nie zwiększy obciążenia biurokratycznych. Przyszłość rzemiosła zależeć będzie od tego, czy system wsparcia stanie się bardziej przyjazny, przewidywalny i dostosowany do specyfiki najmniejszych przedsiębiorstw.

Wykorzystanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych

Wykorzystanie nowoczesnych technologii w świętokrzyskim rzemiosle pokazuje sektor w fazie selektywnej, ale intensywnej modernizacji. Wyniki badania ilościowego (n=377) wskazują, że zdecydowana większość firm wdrożyła w ostatnich latach przynajmniej jedno rozwiązanie technologiczne, a jedynie 0,3% deklaruje całkowity brak innowacji. Dane jakościowe (22 IDI) potwierdzają, że rzemieślnicy inwestują w technologie przede wszystkim wtedy, gdy te realnie wspierają ich fach — zwiększają precyzję, obniżają koszty lub poprawiają efektywność — ale unikają automatyzacji, która mogłaby zastąpić pracę ręczną i naruszyć etos zawodu.

Najczęściej wdrażanym rozwiązaniem są nowoczesne maszyny sterowane cyfrowo, które wskazało 67,1% firm. Wśród nich dominują CNC, plotery, automaty szlifierskie oraz urządzenia do precyzyjnej obróbki materiałów. 18,8% przedsiębiorców korzysta z oprogramowania projektowego (CAD), a 9,3% wdrożyło rozwiązania cyfrowe, takie jak systemy rezerwacji online, e-commerce czy narzędzia do zarządzania produkcją. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że technologie te pełnią podwójną funkcję: zwiększają precyzję (np. foroptery w optyce, lasery w kosmetologii) oraz odciążają pracowników od powtarzalnych, czasochłonnych czynności. W branżach spożywczych automatyzacja pozwala stabilizować jakość i zwiększać moce przerobowe, a w branżach technicznych — skracać czas realizacji zleceń i minimalizować błędy.

Jednocześnie modernizację ograniczają bariery finansowe, które wskazało 51,0% firm. Koszty zakupu specjalistycznych urządzeń — od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy złotych — są nieosiągalne dla wielu mikroprzedsiębiorstw bez wsparcia zewnętrznego. 19,0% rzemieślników wskazuje na brak kompetencji kadrowych w obsłudze nowych technologii, a kolejne 19,0% podkreśla, że specyfika ich pracy opiera się na manualnych umiejętnościach, których nie da się zastąpić maszyną bez utraty unikatowości produktu. W wywiadach pojawia się również bariera czasu — właściele, którzy łączą pracę fizyczną z administracją, nie mają przestrzeni na naukę obsługi nowych narzędzi ani na wdrażanie bardziej złożonych systemów cyfrowych.

W badaniach jakościowych rzemieślnicy wyraźnie określają granicę między rzemiosłem a przemysłem. Podkreślają, że maszyna powinna wspierać człowieka, a nie zastępować go w 100%. Automatyzacja jest akceptowana, gdy zwiększa precyzję lub efektywność, ale odrzucana, gdy eliminuje „siłę żywą”, kreatywność i indywidualny wkład rzemieślnika. W wielu wypowiedziach pojawia się obawa przed utratą „ducha” produktu — unikatowego charakteru, który odróżnia rzemiosło od produkcji masowej. Jednocześnie rzemieślnicy dostrzegają potencjał technologii w personalizacji usług, np. druk 3D w modniarstwie czy cyfrowe projektowanie w stolarstwie artystycznym, które pozwalają tworzyć unikatowe formy przy niższych kosztach.

Plany inwestycyjne na najbliższe lata są umiarkowane: 35,5% firm „raczej planuje” zakup nowych urządzeń automatyzujących, podczas gdy 42% nie przewiduje takich inwestycji. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że decyzje inwestycyjne zależą od stabilności kosztów energii, dostępności dotacji oraz możliwości finansowych mikrofirm. Wskazują również na potrzebę wsparcia w cyfryzacji administracyjnej — obecnie postrzeganej jako obciążenie, a nie ułatwienie — oraz na potrzebę krótkich, praktycznych instrukcji („technologia w 15 minut”), które ułatwiłyby pierwsze kroki w obsłudze nowych narzędzi.

Wniosek syntetyczny: Wykorzystanie nowoczesnych technologii w świętokrzyskim rzemiosle ma charakter selektywny i pragmatyczny. Rzemieślnicy inwestują w rozwiązania, które realnie wspierają ich fach —

zwiększają precyzję, obniżają koszty i poprawiają efektywność — ale unikają automatyzacji, która mogłaby zastąpić pracę ręczną i naruszyć etos zawodu. Największą barierą pozostają koszty inwestycji oraz brak kompetencji i czasu na wdrażanie nowych narzędzi. Przyszłość technologiczna rzemiosła zależeć będzie od dostępności wsparcia finansowego, prostych narzędzi cyfrowych oraz rozwiązań, które wzmacniają, a nie zastępują pracę rzemieślnika.

Zaangażowanie podmiotów rzemieślniczych w kształcenie młodocianych

Zaangażowanie rzemieślników w kształcenie młodocianych pracowników stanowi jeden z najważniejszych filarów funkcjonowania rzemiosła w województwie świętokrzyskim. Wyniki badania ilościowego pokazują, że mimo licznych barier systemowych i organizacyjnych, większość firm aktywnie uczestniczy w przekazywaniu wiedzy zawodowej kolejnym pokoleniom. Model mistrz–uczeń pozostaje żywy, choć wymaga coraz większego wsparcia instytucjonalnego i finansowego.

Dane ilościowe wskazują, że 63,1% firm szkoli młodocianych pracowników, co potwierdza silne zakorzenienie rzemiosła w systemie dualnego kształcenia. Najczęściej stosowaną formą są praktyki zawodowe i staże (90,3%), a ponad połowa firm (52,5%) zatrudnia uczniów formalnie jako młodocianych pracowników. Jednocześnie 32,4% przedsiębiorstw nie angażuje się w kształcenie, najczęściej z powodu braku chętnych (33,6%), braku kontaktu ze szkołami (46,7%) lub ograniczeń organizacyjnych — 26,2% firm nie ma czasu ani zasobów, by szkolić innych. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że szkolenie młodych wymaga ogromnej cierpliwości, czasu i gotowości do ponoszenia strat materiałowych, co dla mikrofirm jest dużym obciążeniem.

Motywacje rzemieślników do szkolenia młodych są zróżnicowane, ale silnie zakorzenione w wartościach zawodowych. Dane jakościowe pokazują, że wielu przedsiębiorców szkoli uczniów z poczucia misji — aby „ratować zawód przed wyginięciem” lub „wyprowadzić młodych na prostą”. W branżach o dużej rotacji (piekarstwo, fryzjerstwo, mechanika) szkolenie jest także sposobem na pozyskanie przyszłych pracowników. Rzemieślnicy podkreślają, że największą satysfakcję daje im widoczny progres ucznia oraz jego sukcesy w konkursach i egzaminach. Jednocześnie wskazują, że szkolenie ma często wymiar terapeutyczny — wielu uczniów pochodzi z trudnych środowisk, a warsztat staje się dla nich miejscem stabilizacji i rozwoju.

Efektywność kształcenia młodocianych jest jednak ograniczona przez liczne bariery systemowe. Dane ilościowe pokazują, że choć 73% rzemieślników dobrze ocenia współpracę ze szkołami, to 69% uważa programy nauczania za jedynie częściowo dostosowane do realiów pracy. W wywiadach pojawia się krytyka zbyt teoretycznego charakteru nauki — uczniowie uczą się na przestarzałym sprzęcie, a w niektórych zawodach (np. fryzjerstwo) wyłącznie na manekinach. Rzemieślnicy wskazują na dramatyczne braki w wiedzy podstawowej: florystyka — nieznanostwo roślin, kosmetologia — braki z anatomii i chemii, branże techniczne — brak umiejętności praktycznych. W efekcie większość uczniów zaczyna naukę w warsztacie „od zera”, a ciężar kształcenia praktycznego spoczywa niemal wyłącznie na mistrzach.

Największym wyzwaniem pozostaje niska retencja zawodowa. W wielu branżach obowiązuje „zasada 2/10” — jedynie dwóch na dziesięciu uczniów zostaje w zawodzie. Przyczyny odpływu młodych to trudne warunki pracy (nocki, weekendy), niskie płace na starcie oraz emigracja zarobkowa. Dane ilościowe potwierdzają brak systemowego monitoringu — 31% pracodawców nie wie, co dzieje się z ich uczniami po egzaminie. W wywiadach eksperci zwracają uwagę na zjawisko „edukacji na eksport”: nowoczesne Centra Kształcenia Zawodowego szkolą uczniów na sprzęcie, którego lokalne warsztaty nie są w stanie kupić, co przygotowuje młodzież do pracy w fabrykach lub za granicą, a nie w regionalnych mikrofirmach.

Wniosek syntetyczny: Zaangażowanie rzemieślników w kształcenie młodocianych jest wysokie i stanowi jeden z najważniejszych elementów trwałości sektora. Mimo licznych barier — braku chętnych, niedostosowania programów szkolnych, wysokich kosztów i niskiej retencji — rzemieślnicy nadal pełnią kluczową rolę w przekazywaniu wiedzy zawodowej. Model mistrz–uczeń pozostaje fundamentem rzemiosła, ale wymaga

pilnego wzmocnienia: stabilnego finansowania, lepszej współpracy ze szkołami oraz systemowych rozwiązań, które zwiększą atrakcyjność zawodów i zatrzymają młodych w regionie.

Efektywność kształcenia młodocianych z perspektywy rzemieślników

Efektywność kształcenia młodocianych w świętokrzyskim rzemiośle jest oceniana jako umiarkowana, ale obciążona licznymi barierami systemowymi i pokoleniowymi. Wyniki badania ilościowego pokazują, że choć rzemieślnicy są silnie zaangażowani w przekazywanie wiedzy, to system kształcenia zawodowego nie zapewnia uczniom wystarczającego przygotowania praktycznego, a retencja młodych w zawodzie pozostaje bardzo niska. W efekcie ciężar edukacji spoczywa niemal wyłącznie na warsztatach, które muszą uczyć młodzież „od zera”.

Dane ilościowe wskazują, że motywacja uczniów jest oceniana umiarkowanie pozytywnie: 36,6% rzemieślników ocenia ją jako raczej wysoką, a 32,9% jako przeciętną. Jednocześnie ponad 21% przedsiębiorców ocenia zaangażowanie młodych negatywnie, wskazując na brak determinacji i trudności z dostosowaniem się do rygoru pracy. W wywiadach rzemieślnicy podkreślają, że młodzi często wykazują „słomiany zapal”, niską odporność na stres i oczekiwanie szybkich efektów bez wysiłku. Wielu mistrzów zwraca uwagę, że uczniowie mają trudność z koncentracją, nie potrafią pracować systematycznie i szybko się zniechęcają, co znacząco obniża efektywność procesu nauki.

Ocena programów nauczania i przygotowania szkolnego jest krytyczna. Choć 69% rzemieślników uważa, że programy są częściowo dostosowane do realiów pracy, to w wywiadach pojawia się silny zarzut ich nadmiernej teoretyczności i przestarzałości. Uczniowie często uczą się na nieaktualnym sprzęcie (np. „starych autach”), a w niektórych zawodach — jak fryzjerstwo — wyłącznie na manekinach, co nie przygotowuje ich do pracy z żywym klientem. Rzemieślnicy wskazują na poważne braki w wiedzy podstawowej: florystyka — nieznanostwo roślin, kosmetologia — braki z anatomii i chemii, branże techniczne — brak umiejętności praktycznych i logicznego myślenia technicznego. W efekcie większość uczniów zaczyna naukę w warsztacie „od zera”, a mistrzowie przejmują de facto całą odpowiedzialność za przygotowanie zawodowe.

Największym wyzwaniem dla efektywności systemu jest niska retencja zawodowa. Dane jakościowe pokazują, że w wielu branżach obowiązuje „zasada 2/10” — jedynie dwóch na dziesięciu uczniów zostaje w zawodzie. Przyczyny odpływu młodych są wielowymiarowe: trudne warunki pracy (nocki, weekendy), niskie płace na starcie, brak cierpliwości do nauki oraz emigracja zarobkowa. Dane ilościowe potwierdzają brak systemowego monitoringu — 31% pracodawców nie wie, co dzieje się z ich uczniami po egzaminie. W wywiadach eksperci zwracają uwagę na zjawisko „edukacji na eksport”: nowoczesne Centra Kształcenia Zawodowego szkolą uczniów na sprzęcie, którego lokalne warsztaty nie są w stanie kupić, co przygotowuje młodzież do pracy w fabrykach lub za granicą, a nie w regionalnych mikrofirmach.

Rzemieślnicy podkreślają również, że szkolenie młodocianych wiąże się z dużym obciążeniem organizacyjnym i finansowym. Koszty materiałów, ryzyko uszkodzenia sprzętu oraz straty wynikające z błędów uczniów są znaczące, a system refundacji kosztów szkolenia jest oceniany jako opieszawy i niewystarczający — opóźnienia sięgają nawet kilku miesięcy. W wywiadach pojawia się także wątek wychowawczy: wielu mistrzów wskazuje, że ich rola wykracza poza naukę zawodu i obejmuje wsparcie emocjonalne, dyscyplinowanie i „wyprowadzanie na prostą” młodzieży z trudnych środowisk.

Wniosek syntetyczny: Efektywność kształcenia młodocianych w świętokrzyskim rzemiośle jest ograniczona przez niedostosowanie programów szkolnych, niską motywację części uczniów, wysokie koszty szkolenia oraz bardzo niską retencję zawodową. Choć rzemieślnicy wykazują silne zaangażowanie i poczucie misji, system nie wspiera ich w wystarczającym stopniu. Przyszłość kształcenia dualnego zależeć będzie od reformy programów nauczania, stabilnego finansowania, lepszej współpracy szkół z warsztatami oraz działań zwiększających atrakcyjność zawodów rzemieślniczych wśród młodych.

Wniosek	Rekomendacja
Wniosek 1: Brak przejrzystości procedur i nadmierna złożoność formalna skutecznie ograniczają dostęp rzemieślników do instrumentów wsparcia publicznego, szczególnie w sektorze zdominowanym przez mikrofirmy.	Rekomendacja 1: Uproszczenie procedur, standaryzacja dokumentacji i wzmocnienie wsparcia informacyjnego są warunkiem koniecznym zwiększenia dostępności instrumentów publicznych dla mikro- i małych firm rzemieślniczych.
Wniosek 2: Ograniczenia czasowe mikrofirm rzemieślniczych znacząco utrudniają udział w szkoleniach i spotkaniach informacyjnych, co obniża dostęp do wiedzy o wsparciu, zmianach prawnych i możliwościach rozwoju.	Rekomendacja 2: Przeniesienie komunikacji, doradztwa i edukacji do kanałów asynchronicznych jest kluczowe, aby zapewnić rzemieślnikom realny dostęp do informacji i wsparcia rozwojowego.
Wniosek 3: Brak skondensowanej, zrozumiałej i łatwo dostępnej informacji o dostępnych instrumentach wsparcia powoduje, że rzemieślnicy nie korzystają z narzędzi, które są dla nich potencjalnie użyteczne.	Rekomendacja 3: Stworzenie jednolitej, aktualizowanej „mapy wsparcia” znacząco zwiększy dostępność informacji i ułatwi rzemieślnikom korzystanie z istniejących instrumentów bez konieczności przeszukiwania wielu źródeł.
Wniosek 4: Brak dopasowania kandydatów kierowanych przez urzędy pracy do realnych potrzeb warsztatów rzemieślniczych ogranicza efektywność staży i obniża gotowość przedsiębiorców do współpracy.	Rekomendacja 4: Wprowadzenie prostej preselekcji kandydatów — opartej na podstawowych predyspozycjach i kompetencjach — zwiększy trafność kierowania na staże bez konieczności tworzenia nowych narzędzi.
Wniosek 5: Niski poziom wiedzy o dostępnych instrumentach szkoleniowych, takich jak KFS i bony szkoleniowe, sprawia, że rzemieślnicy nie korzystają z narzędzi, które mogłyby realnie wspierać rozwój ich kompetencji.	Rekomendacja 5: Skierowanie komunikacji o istniejących instrumentach szkoleniowych bezpośrednio do rzemiosła — w sposób priorytetowy i branżowo dopasowany — zwiększy ich wykorzystanie i poprawi dostęp do rozwoju kompetencji.
Wniosek 6: Niedostateczne kompetencje cyfrowe rzemieślników utrudniają korzystanie z obowiązkowych narzędzi administracyjnych, co zwiększa obciążenia organizacyjne i ogranicza efektywność prowadzenia działalności.	Rekomendacja 6: Wprowadzenie krótkich, praktycznych mikroszkoleń z obsługi podstawowych narzędzi cyfrowych zwiększy samodzielność rzemieślników i ograniczy bariery administracyjne.
Wniosek 7: Trudności w pozyskaniu uczniów i stażystów wynikają z ograniczonego zainteresowania młodych osób rzemiosłem oraz niewystarczającej widoczności lokalnych zakładów w systemie szkolnictwa branżowego.	Rekomendacja 7: Wzmocnienie współpracy szkół branżowych z lokalnymi zakładami — w oparciu o istniejące zasoby i bez tworzenia nowych programów — zwiększy widoczność rzemiosła i ułatwi pozyskiwanie uczniów.
Wniosek 8: Rozproszenie informacji o zmianach prawnych oraz brak prostych, zrozumiałych komunikatów powodują, że rzemieślnicy nie mają bieżącego dostępu do wiedzy o obowiązkach i nowych regulacjach.	Rekomendacja 8: Regularny, prosty i branżowo dopasowany biuletyn zmian prawnych zwiększy świadomość rzemieślników i ułatwi im realizację obowiązków administracyjnych.
Wniosek 9: Brak wiedzy o zasadach udziału w zamówieniach publicznych oraz niska dostępność prostych instrukcji powodują, że rzemieślnicy nie korzystają z lokalnych przetargów, mimo że wiele z nich jest dostosowanych do możliwości mikrofirm.	Rekomendacja 9: Uproszczenie dostępu do lokalnych zamówień publicznych poprzez lepszą informację i wsparcie proceduralne zwiększy udział mikrofirm rzemieślniczych w przetargach.
Wniosek 10: Niski poziom uczestnictwa rzemieślników w życiu instytucjonalnym wynika przede wszystkim z ograniczeń czasowych oraz braku dopasowanych, elastycznych form konsultacji i dialogu branżowego.	Rekomendacja 10: Wprowadzenie krótkich, regularnych konsultacji branżowych online pozwoli zwiększyć udział rzemieślników w dialogu instytucjonalnym bez obciążania ich czasowo i organizacyjnie.

Wniosek	Rekomendacja
<p>Wniosek 11: Rozproszenie informacji o wydarzeniach branżowych oraz brak czasu na ich samodzielne wyszukiwanie powodują, że rzemieślnicy nie korzystają z dostępnych możliwości rozwoju i promocji.</p>	<p>Rekomendacja 11: Wprowadzenie funkcji kuratora informacji branżowej — w ramach istniejących struktur — zapewni rzemieślnikom szybki dostęp do najważniejszych wydarzeń, bez konieczności samodzielnego monitorowania rynku.</p>
<p>Wniosek 12: Trudności w interpretacji przepisów i wymogów kontrolnych wynikają z braku dostępu do prostych, jednoznacznych wyjaśnień oraz ograniczonych zasobów mikrofirm do samodzielnego analizowania regulacji.</p>	<p>Rekomendacja 12: Wprowadzenie telefonu interwencyjnego ds. interpretacji przepisów zapewni rzemieślnikom szybki dostęp do wyjaśnień i zmniejszy ryzyko błędów administracyjnych.</p>
<p>Wniosek 13: Rzemieślnicy wykazują gotowość do wdrażania technologii, lecz brak im podstawowej wiedzy, od czego zacząć i jak dobrać narzędzia do specyfiki swojej działalności.</p>	<p>Rekomendacja 13: Wprowadzenie krótkich, praktycznych instrukcji „Technologia w 15 minut” ułatwi rzemieślnikom rozpoczęcie pracy z nowymi narzędziami i zmniejszy barierę wejścia w cyfryzację.</p>
<p>Wniosek 14: Rzemieślnicy potrzebują sieci kontaktów branżowych, lecz ograniczenia czasowe uniemożliwiają im udział w tradycyjnych formach współpracy i spotkań środowiskowych.</p>	<p>Rekomendacja 14: Wprowadzenie krótkich, kwartalnych mikroszotań branżowych online umożliwi rzemieślnikom budowanie sieci kontaktów bez obciążania ich czasowo i organizacyjnie.</p>

WYKAZ KLUCZOWYCH POJĘĆ I SKRÓTÓW

Pojęcie	Definicja / wyjaśnienie
Artificial Intelligence (AI)	Sztuczna inteligencja, wykorzystywana głównie w marketingu.
Badania ankietowe CAWI / CATI / CAPI	Techniki badań ilościowych: internetowe, telefoniczne i wspomagane komputerowo.
Blockchain	Technologia zapewniająca transparentność łańcucha dostaw i certyfikację wyrobów.
Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej (CEIDG)	Rejestr przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą jako osoby fizyczne.
Centrum Kształcenia Zawodowego (CKZ)	Placówka prowadząca praktyczną naukę zawodu, często wyposażona w nowoczesny sprzęt.
Computer-Aided Design (CAD)	Projektowanie wspomagane komputerowo.
Computerized Numerical Control (CNC)	Maszyny sterowane cyfrowo, kluczowe dla modernizacji branż technicznych.
Definicja operacyjna rzemiosła	Kryteria przyjęte na potrzeby badania, oparte na ustawie z 2025 r. i dobrowolnej deklaracji przedsiębiorców.
Drugi złoty wiek rzemiosła	Określenie współczesnego wzrostu znaczenia rzemiosła i produktów trwałych, unikatowych.
Druk 3D	Technologia przyrostowa stosowana w prototypowaniu i modniarstwie.
Environmental, Social, Governance (ESG)	Standardy odpowiedzialności środowiskowej i społecznej.
Główny Urząd Statystyczny (GUS)	Instytucja odpowiedzialna za statystykę publiczną.
Gospodarka Obiegu Zamkniętego (GOZ)	Model gospodarczy oparty na ponownym wykorzystaniu zasobów.
Internet of Things (IoT)	Integracja urządzeń z siecią cyfrową.
Krajowy Fundusz Szkoleniowy (KFS)	Instrument finansowania szkoleń pracowników i pracodawców.
Krajowy System e-Faktur (KSeF)	Obowiązkowy system fakturowania elektronicznego.
Kwalifikacyjne kursy zawodowe (KKZ)	Forma kształcenia dorosłych umożliwiająca zdobycie kwalifikacji zawodowych.
Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP)	Kategorie firm stosowane w politykach gospodarczych i statystyce.
Młodociany pracownik	Osoba w wieku 15–18 lat zatrudniona w celu przygotowania zawodowego i otrzymująca wynagrodzenie.
Model dualny kształcenia	System łączący naukę teoretyczną w szkole z praktyczną nauką zawodu u rzemieślnika.
Nowe rzemiosło	Firmy oparte na pasjach, designie, druku 3D i nowoczesnych profesjach, często poza strukturami cechowymi.
Odnawialne Źródła Energii (OZE)	Technologie takie jak fotowoltaika i magazyny energii.
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)	Instytucja wspierająca rozwój przedsiębiorczości i innowacji.
Polska Klasyfikacja Działalności (PKD)	Klasyfikacja rodzajów działalności gospodarczej; nie oddaje specyfiki rzemiosła.

Pojęcie	Definicja / wyjaśnienie
Prawo zamówień publicznych (PZP)	Regulacje dotyczące udzielania zamówień publicznych.
Rejestr Gospodarki Narodowej (REGON)	System identyfikacji podmiotów gospodarki narodowej.
Rejestr Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO)	Baza danych o instytucjach edukacyjnych.
Relacja mistrz–uczeń	Tradycyjny model kształcenia, w którym mistrz przekazuje wiedzę, etos i tożsamość zawodową.
Rękodzieło	Produkcja ręczna o walorach artystycznych, niewymagająca formalnych kwalifikacji zawodowych.
Rzemieślnik	Osoba fizyczna wykonująca działalność rzemieślniczą, posiadająca kwalifikacje (mistrz/czeladnik) i osobiście wykonująca pracę.
Rzemiosło	Działalność gospodarcza polegająca na wytwarzaniu, naprawie lub świadczeniu usług, wykonywana osobiście przez rzemieślnika w oparciu o kwalifikacje zawodowe.
Sukcesja	Przekazywanie firmy następcom; obecnie zagrożone z powodu braku zainteresowania młodych przejmowaniem zakładów.
Współczesny renesans rzemiosła	Trend odrodzenia rzemiosła napędzany indywidualizacją popytu i zmęczeniem masową produkcją.
Wywiady pogłębione (IDI)	Metoda badania jakościowego stosowana w projekcie.
Zakład rzemieślniczy	Zorganizowany zespół składników materialnych i niematerialnych, w którym rzemieślnik wykonuje pracę i kieruje jej przebiegiem.
Zintegrowany System Kwalifikacji (ZSK)	System regulujący kwalifikacje zawodowe, w tym egzaminy czeladnicze i mistrzowskie.
Związek Rzemiosła Polskiego (ZRP)	Organizacja reprezentująca środowisko rzemieślnicze.

WPROWADZENIE

Niniejszy raport przedstawia wyniki badania pt. „**Ocena stanu obecnego oraz potencjału rozwojowego podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w województwie świętokrzyskim**”, zrealizowanego na zlecenie Zamawiającego w okresie poprzedzającym 31 marca 2026 r. Celem badania było kompleksowe rozpoznanie kondycji, wyzwań i możliwości rozwojowych świętokrzyskiego rzemiosła, a także identyfikacja czynników wpływających na jego przyszłość w kontekście zmian społecznych, gospodarczych i technologicznych.

Zakres prac obejmował trzy zasadnicze komponenty badawcze:

1. **Opracowanie szczegółowej metodologii badania**, uwzględniającej specyfikę sektora rzemieślniczego, zróżnicowanie branż oraz konieczność triangulacji źródeł danych.
2. **Realizację badań właściwych**, obejmujących:
 - **analizę desk research**, opartą na danych Głównego Urzędu Statystycznego, Urzędu Statystycznego w Kielcach, rejestrów Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach, ewidencji CEIDG oraz literatury naukowej i branżowej;
 - **badania ilościowe**, pozwalające na oszacowanie skali zjawisk i identyfikację wzorców charakterystycznych dla sektora;
 - **badania jakościowe**, umożliwiające pogłębione zrozumienie doświadczeń, strategii działania i potrzeb rzemieślników.
3. **Opracowanie raportu końcowego**, integrującego wyniki wszystkich etapów prac badawczych oraz formułującego wnioski i rekomendacje dla instytucji publicznych.

CELE BADAWCZE

Głównym celem badania była **wielowymiarowa ocena stanu obecnego oraz potencjału rozwojowego podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w województwie świętokrzyskim**. Oznacza to kompleksowe rozpoznanie rzemiosła jako sektora gospodarczego, społecznego i kulturowego, z uwzględnieniem zarówno jego aktualnej kondycji, jak i możliwości dalszego rozwoju w perspektywie regionalnej.

Cel główny był realizowany przez następujące **cele szczegółowe**:

1. charakterystyka trendów i zjawisk określanych jako „renesans rzemiosła” oraz „nowe rzemiosło”,
2. charakterystyka kształcenia młodocianych pracowników w rzemiośle jako formy kształcenia dualnego,
3. oszacowanie udziału podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w ogóle podmiotów zarejestrowanych w województwie świętokrzyskim,
4. charakterystyka struktury podmiotów rzemieślniczych, według m.in. profilu działalności, liczby zatrudnionych, czasu funkcjonowania na rynku, zasięgu działania, lokalizacji (powiat),
5. porównanie firm rzemieślniczych z firmami prowadzącymi działalność pozarzemieślniczą pod względem wybranych cech opisujących ich strukturę,
6. analiza postrzeganej przez podmioty rzemieślnicze kondycji ekonomicznej i perspektyw rozwoju,
7. analiza strategii organizacyjnych realizowanych przez podmioty rzemieślnicze,
8. charakterystyka zasobów ludzkich, wartości składających się na etos rzemieślniczy,
9. rozpoznanie potrzeb w zakresie wsparcia publicznego,
10. rozpoznanie skali wykorzystania lub planów wykorzystania nowoczesnych rozwiązań technologicznych w rzemiośle,
11. ocena zaangażowania podmiotów rzemieślniczych w kształcenie młodocianych,
12. ocena efektywności kształcenia młodocianych z perspektywy rzemieślników.

METODYKA I SPOSÓB REALIZACJI BADANIA

Badanie zostało zaprojektowane jako proces wieloetapowy, oparty na ścisłej integracji analiz danych zastanych, badań ilościowych oraz badań jakościowych. Poszczególne komponenty realizowano równolegle, co umożliwiło bieżące uzupełnianie i weryfikowanie ustaleń oraz elastyczne dopracowywanie narzędzi badawczych. Takie podejście pozwoliło uchwycić zarówno skalę zjawisk charakterystycznych dla świętokrzyskiego rzemiosła, jak i ich głębokie uwarunkowania społeczno-ekonomiczne. Realizacja badania została zaprojektowana jako proces zintegrowany, w którym poszczególne etapy – analiza danych zastanych, badanie wstępne oraz badanie właściwe – wzajemnie się uzupełniają i pozostają ze sobą w stałej interakcji. Takie podejście umożliwiło równoległe gromadzenie danych, ich bieżącą interpretację oraz systematyczne doprecyzowywanie narzędzi badawczych w odpowiedzi na pojawiające się ustalenia.

Całość procesu badawczego została zrealizowana zgodnie z zasadami rzetelności metodologicznej, przy pełnej kontroli jakości i transparentności procedur. Integracja danych wtórnych, ilościowych i jakościowych umożliwiła stworzenie wielowymiarowego obrazu rzemiosła w województwie świętokrzyskim – zarówno w jego obecnym kształcie, jak i w perspektywie dalszego rozwoju. Wyniki badania stanowią solidną podstawę do formułowania rekomendacji dla instytucji publicznych oraz projektowania działań wspierających sektor rzemieślniczy w regionie.

Etap pierwszy: analiza danych zastanych (cele 1–2)

Pierwszy etap – analiza desk research – miał charakter ciągły i obejmował systematyczny przegląd danych statystycznych, rejestrów publicznych oraz literatury naukowej i branżowej. Analiza desk research stanowiła fundament całego procesu badawczego. Pozwoliło to na zbudowanie szerokiego kontekstu dla badań terenowych, w tym na określenie struktury podmiotów rzemieślniczych w regionie, identyfikację współczesnych trendów określanych jako „renesans rzemiosła” oraz analizę systemu kształcenia młodocianych pracowników. Wnioski z desk research stanowiły podstawę do doprecyzowania narzędzi badawczych wykorzystywanych w kolejnych etapach.

W ramach analizy wykorzystano:

- dane statystyczne GUS i Urzędu Statystycznego w Kielcach,
- rejestry Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach,
- ewidencję CEIDG,
- literaturę naukową, raporty branżowe i opracowania eksperckie.

Zakres analizy obejmował trzy kluczowe obszary:

1. **Stan i strukturę podmiotów rzemieślniczych w regionie**, w tym ich udział w ogóle podmiotów gospodarczych.
2. **Trendy i zjawiska określane jako „renesans rzemiosła” oraz „nowe rzemiosło”**, analizowane w perspektywie historycznej, prawnej i socjologicznej.
3. **Charakterystykę kształcenia młodocianych pracowników** jako formy kształcenia dualnego w zakładach rzemieślniczych.

Wnioski z desk research pełniły funkcję **metodologiczną i operacyjną** – służyły doprecyzowaniu kwestionariuszy ilościowych, przygotowaniu scenariuszy wywiadów jakościowych oraz budowaniu interpretacji w raporcie końcowym.

Etap drugi: badanie wstępne (cele 3–5)

Drugi etap – badanie wstępne – miał charakter diagnostyczny i selekcyjny. Zrealizowano go na reprezentatywnej próbie 1000 przedsiębiorstw z sektora MŚP, co umożliwiło oszacowanie udziału firm rzemieślniczych w gospodarce regionu oraz porównanie ich z podmiotami pozarzemieślniczymi. Etap ten pozwolił również na precyzyjne wyłonienie firm spełniających ustawową definicję rzemiosła, tworząc operat do badania właściwego.

Etap drugi miał charakter **diagnostyczny i selekcyjny**. Jego głównym celem było:

- oszacowanie udziału podmiotów rzemieślniczych w ogóle przedsiębiorstw MŚP w regionie,
- opis struktury rzemiosła według wybranych zmiennych,
- porównanie firm rzemieślniczych z podmiotami pozarzemieślniczymi,
- wyłonienie operatu do badania właściwego (etap III).

Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie **n = 1000 przedsiębiorstw MŚP** z województwa świętokrzyskiego, dobranej zgodnie ze strukturą kwotową, w badaniu uczestniczył właściciel lub osoba zarządzająca firmą.

Etap ten pełnił funkcję **filtra merytorycznego** – pozwolił precyzyjnie zidentyfikować podmioty spełniające ustawową definicję rzemiosła i zbudować bazę kontaktową do etapu trzeciego. Równolegle rozpoczęto rekrutację firm rzemieślniczych do badania właściwego oraz dorekrutację podmiotów z branż niedoreprezentowanych.

Etap trzeci: badanie właściwe (cele 6–12)

Trzeci etap – badanie właściwe – koncentrował się na pogłębionej analizie kondycji ekonomicznej, strategii organizacyjnych, zasobów ludzkich, wykorzystania technologii oraz potrzeb w zakresie wsparcia publicznego wśród firm rzemieślniczych. Etap trzeci stanowił zasadniczą część badania, ukierunkowaną na pogłębioną analizę:

- kondycji ekonomicznej podmiotów rzemieślniczych,
- strategii organizacyjnych i modeli biznesowych,
- zasobów ludzkich i etosu pracy,
- wykorzystania technologii i innowacji,
- potrzeb w zakresie wsparcia publicznego,
- zaangażowania w kształcenie młodocianych pracowników.

Na etap trzeci składały się 2 komponenty:

- **Komponent ilościowy:** Badanie ilościowe przeprowadzono na reprezentatywnej próbie firm rzemieślniczych **n = 377**.
- **Komponent jakościowy:** W ramach badań jakościowych zrealizowano:
 - co najmniej **20 wywiadów pogłębionych (IDI)** z rzemieślnikami,
 - co najmniej **2 wywiady eksperckie** z przedstawicielami instytucji branżowych.

Celem **ankiet** w etapie trzecim było uzyskanie pogłębionego, reprezentatywnego obrazu kondycji ekonomicznej, strategii działania, wykorzystania technologii oraz potrzeb rozwojowych podmiotów rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim, opartych na danych ilościowych pozyskanych bezpośrednio od właścicieli i osób zarządzających firmami. Podczas gdy **wywiady** miały na celu pogłębienie wątków dotyczących motywacji, barier rozwojowych, specyfiki pracy oraz doświadczeń związanych z kształceniem młodocianych pracowników. Wszystkie wywiady poddano pełnej transkrypcji.

1 RZEMIOSŁO W POLSCE I REGIONIE – USTALENIA ANALIZY DESK RESEARCH

1.1 WPROWADZENIE DO ANALIZY DESK RESEARCH

Analiza desk research stanowiła fundament całego projektu, ponieważ pozwoliła uporządkować rozproszone informacje o rzemiośle, zidentyfikować luki definicyjne oraz stworzyć spójne ramy pojęciowe niezbędne do dalszych etapów badania. Jak wskazano w dokumencie, jej celem było określenie „**celu i zakresu analizy**” oraz zebranie danych z kluczowych źródeł. Analiza była konieczna, ponieważ – jak podkreślono – „**brak jednoznacznej definicji rzemiosła w statystyce publicznej**” utrudnia identyfikację sektora i wymaga przyjęcia definicji operacyjnej.

Analiza pozwoliła więc zbudować kontekst historyczny, prawny i instytucjonalny rzemiosła, prześledzić jego ewolucję oraz zrozumieć współczesne procesy, takie jak „**współczesny renesans rzemiosła**” czy zmiany wynikające z nowelizacji ustawy z 2025 r. Dzięki temu możliwe było zaprojektowanie narzędzi badawczych, które realnie odpowiadają specyfice sektora, a także stworzenie operatu badania opartego na deklaratywnej identyfikacji rzemieślników – jedynej możliwej w warunkach braku kategorii „rzemiosło” w rejestrach statystycznych.

1.2 HISTORYCZNE UJĘCIE RZEMIOSŁA

POCZĄTKI POLSKIEGO RZEMIOSŁA

Początki polskiego rzemiosła sięgają czasów plemiennych i wczesnopiastowskich, kiedy zaczęły wyodrębniać się grupy osób specjalizujących się w wytwarzaniu określonych produktów. Najwcześniej rozwijały się profesje związane z obróbką metalu, w szczególności kowalstwo i hutnictwo, a w ich śladzie także bednarstwo, garncarstwo, piekarstwo, szewstwo i krawiectwo¹. W tradycji historycznej za jednego z pierwszych rzemieślników uznaje się legendarnego Piasta – kołodzieja, który według przekazów dał początek dynastii piastowskiej².

Od X wieku następowało stopniowe **oddzielanie rzemiosła od pracy na roli i przenoszenie warsztatów do miast**. Pod koniec XIII wieku na ziemiach polskich zaczęły funkcjonować pierwsze zrzeszenia rzemieślnicze – cechy, które regulowały zasady wykonywania zawodu, dbały o jakość wyrobów i chroniły interesy swoich członków³. Cechy narzucały surowe standardy jakości, aby odróżnić wyroby swoich członków od produktów tzw. partaczy, działających poza strukturami korporacyjnymi⁴. Rozkwit bractw zawodowych przypadł na koniec XV wieku – w Krakowie w 1400 roku działały m.in. bractwa masarzy, nożowników, piekarzy, krawców i złotników⁵. W okresie **średniowiecza** rzemiosło rozwijało się stanowiąc fundament dla rozwoju mieszczaństwa i nowoczesnych społeczeństw. Powstające wówczas cechy rzemieślnicze wzorowały się na instytucjach prawa miejskiego i znakach (niem. *zeichen*), co pozwalało na kontrolę jakości oraz eliminację z rynku tzw. „**partaczy**”, czyli osób działających poza strukturami korporacyjnymi. Co istotne, organizacja średniowiecznych cechów,

¹ Beskidzka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości, *Historia rzemiosła*, <https://izbabielsko.pl/izba-rzemieslnicza/historia-rzemiosla/>. Związek Rzemiosła Polskiego, *Historia*, <https://zrp.pl/o-nas/historia/>.

prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 11.

² A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 22.

³ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, s. 11.

Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosło 2020*, Opole 2020, s. 8, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>.

⁴ Beskidzka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości, *Historia rzemiosła*, <https://izbabielsko.pl/izba-rzemieslnicza/historia-rzemiosla/>.

⁵ Związek Rzemiosła Polskiego, *Historia*, <https://zrp.pl/o-nas/historia/>.

oparta na grupie mistrzów nauczających adeptów fachu, stała się bezpośrednim wzorcem dla powstających w tamtym czasie uniwersytetów⁶.

Okres zaborów (1772–1918) był czasem walki o przetrwanie tradycji rzemieślniczych, które często pełniły funkcję nośnika tożsamości narodowej. W 1816 roku w Królestwie Kongresowym wydano pierwszy ogólnopolski akt regulujący relacje między mistrzem, czeladnikiem i uczniem⁷. Przełomem w rozwoju samorządności rzemieślniczej było utworzenie w 1900 roku pierwszych izb rzemieślniczych w Poznaniu i Bydgoszczy⁸. Po odzyskaniu niepodległości w 1933 roku powołano Związek Izb Rzemieślniczych (ZIR), będący poprzednikiem dzisiejszego Związku Rzemiosła Polskiego (ZRP)⁹.

RZEMIOSŁO W PRL

W okresie PRL rzemiosło funkcjonowało w warunkach gospodarki planowanej, w której własność prywatna była systemowo ograniczana. Rzemieślników traktowano jako „relikt przeszłości”, a organizacje rzemieślnicze podporządkowano centralnemu systemowi zarządzania, co znacząco ograniczyło ich samorządność¹⁰. Mimo to sektor pozostawał istotną częścią gospodarki – w 1947 roku działało 138 tys. zakładów zatrudniających 311 tys. osób¹¹. U schyłku PRL, w latach 1988–1989, liczba firm rzemieślniczych wzrosła do blisko 600 tys., zatrudniających ponad 1,5 mln osób¹².

W latach 1972–1989 ogólnopolska reprezentacja sektora działała pod nazwą Centralnego Związku Rzemiosła, a statuty z lat 1948–1972 ograniczały uprawnienia organizacji rzemieślniczych, podporządkowując je administracji państwowej¹³. Jednocześnie do lat 80. XX wieku szkolnictwo zawodowe pozostawało dominującą ścieżką edukacyjną – ponad połowa absolwentów szkół podstawowych wybierała zasadnicze szkoły zawodowe, często powiązane z zakładami produkcyjnymi¹⁴. Pod koniec lat 80. rzemiosło przeżywało gwałtowny wzrost. W latach 1988–1989 działało blisko **600 tys. zakładów rzemieślniczych**, a zatrudnienie w nich przekraczało 1,5 mln osób¹⁵. Szacuje się, że w 1989 roku na 800 tys. wszystkich firm w Polsce aż 600 tys. stanowiły zakłady rzemieślnicze¹⁶. Jednocześnie w latach 80. nastąpił jednak spadek jakości kształcenia zawodowego, wynikający z kryzysu gospodarczego i ograniczeń systemowych¹⁷.

⁶ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosło 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieślnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 8–10.

⁷ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 27.

⁸ Beskidzka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości, *Historia rzemiosła*, <https://izbabielsko.pl/izba-rzemieślnicza/historia-rzemiosla/>.

⁹ Związek Rzemiosła Polskiego, *Historia*, <https://zrp.pl/o-nas/historia/>.

¹⁰ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, s. 15.

Beskidzka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości, *Historia rzemiosła*, <https://izbabielsko.pl/izba-rzemieślnicza/historia-rzemiosla/>.

¹¹ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 16.

¹² prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 5.

¹³ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 32.

¹⁴ Magdalena Zabłocka, *Kształcenie zawodowe i kwalifikacje w rzemiosle...*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2020, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2021/04/Kształcenie-zawodowe-i-kwalifikacje-w-rzemiosle-v-2.pdf>, s. 9.

¹⁵ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 32.

¹⁶ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 5.

¹⁷ Magdalena Zabłocka, *Kształcenie zawodowe i kwalifikacje w rzemiosle...*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2020, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2021/04/Kształcenie-zawodowe-i-kwalifikacje-w-rzemiosle-v-2.pdf>, s. 35.

RZEMIOSŁO OKRESU TRANSFORMACJI

Transformacja po 1989 roku przyniosła uchwalenie kluczowego aktu prawnego dla współczesnego sektora była **Ustawa o rzemiośle z dnia 22 marca 1989 roku**¹⁸. Wprowadziła ona zasadę **dobrowolnej przynależności** do cechów i izb, ustalając niezależność i samorządność organizacji rzemieślniczych wszystkich szczebli¹⁹. W konsekwencji nowa ustawa doprowadziła jednak do spadku poziomu zrzeszenia i osłabienia tradycyjnych struktur samorządowych²⁰. Uwolnienie rynku bez weryfikacji kwalifikacji doprowadziło do zjawiska „psucia zawodu”, w którym identyfikacja rzemieślnika opierała się bardziej na mechanizmach rynkowych niż na etosie mistrzowskim²¹.

Transformacja doprowadziła także do zamknięcia wielu przedsiębiorstw państwowych prowadzących szkoły zawodowe. W latach 90. rola kształcenia zawodowego drastycznie spadła na rzecz kształcenia ogólnego, które stało się priorytetem i wyznacznikiem statusu społecznego²². Jednocześnie jednak wiele zakładów rzemieślniczych po 1989 roku stało się fundamentem dużych, nowoczesnych firm. Przykładami marek, które wyrosły z rzemiosła, są m.in. **Solaris** (założony przez Krzysztofa Olszewskiego, mechanika samochodowego), **Kler** czy kontynuowana tradycja rodziny **Kruków**²³.

Jednocześnie obserwować można było zjawisko wymierania tradycyjnych zawodów rzemieślniczych w kraju, wynikające z nakładających się czynników demograficznych, ekonomicznych i kulturowych. Od początku lat 90. widoczne jest także systematyczne wycofywanie się mistrzów z kształcenia – o ile na początku lat 90. szkolenie prowadziło ok. 60 tys. zakładów, o tyle obecnie jest to ok. 21-23 tys.²⁴. W licznych profesjach liczba aktywnych wykonawców spadła do poziomu krytycznego, a część zawodów znajduje się na granicy całkowitego wyginięcia.

W wielu specjalizacjach – takich jak zegarmistrzostwo, szewstwo, kaletnictwo, introligatorstwo czy rzemiosła artystyczne – **pozostało jedynie kilkadziesiąt praktyków w skali kraju**, a w niektórych przypadkach liczba ta jest jeszcze niższa²⁵. Zanik ten – jak można przeczytać w innym źródle – dotyczy także innych zawodów szczególnie zagrożonych należą m.in. **kowale, garncarze, bednarze, kołodzieje, rymarze, oraz witrażyści**²⁶. W wielu przypadkach są to profesje wymagające wysokich umiejętności manualnych, wieloletniej praktyki oraz przekazu międzypokoleniowego, co czyni je szczególnie podatnymi na przerwanie ciągłości. Zjawisku temu towarzyszył **wysoki średni wiek rzemieślników**, co oznacza, że wraz z odejściem obecnego pokolenia może dojść do trwałej utraty kompetencji.

Istotnym czynnikiem przyspieszającym zanik zawodów jest **zmiana struktury popytu** – współczesne wzorce konsumpcji preferują zakup nowych produktów zamiast naprawy, co ogranicza zapotrzebowanie na usługi rzemieślnicze. Równocześnie **masowa produkcja i tanie wyroby importowane** wypierają lokalne warsztaty,

¹⁸ Instytut Analiz Rynku Pracy / PARP, *Kształcenie w rzemiośle, 2020*, <https://iarp.edu.pl/ksztalcenie-w-rzemiosle/>, s. 4.

¹⁹ Maciej Prószyński, *Rozwój zawodowy rzemieślników*, „Polityka Społeczna”, nr 3, 2014, <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-1d589fbf-7d92-4c40-8c68-2aa17626536a>, s. 1-2.

²⁰ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosła 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 54

D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 54–55,

²¹ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 18

Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 122.

²² Magdalena Zabłocka, *Kształcenie zawodowe i kwalifikacje w rzemiośle...*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2020, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2021/04/Kształcenie-zawodowe-i-kwalifikacje-w-rzemiosle-v-2.pdf>, s. 9-10.

²³ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosła 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 54.

²⁴ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 91.

²⁵ *Rzemieślnicy wymierają, szewca dziś ze świecą szukać. Ale mamy jeszcze szansę ich ocalić*, INNPOLAND.pl, <https://innpoland.pl/162085.zanikaj%C4%85-rzemieslnicy-te-zawody-sa-na-wymarcu>.

²⁶ *Ciekawostki o zjawisku znikających tradycyjnych zawodów rzemieślniczych*, sadowie.com.pl, 2025, <https://sadowie.com.pl/ciekawostki-o-zjawisku-znikaj%C4%85-tradycyjnych-zawodow-rzemieslniczych/>.

które nie są w stanie konkurować cenowo. Artykuł zwraca również uwagę na **zmiany technologiczne**, które zastępują tradycyjne techniki wytwarzania, oraz na **zanikanie warsztatów z przestrzeni miejskiej**, co dodatkowo zmniejsza widoczność i dostępność usług²⁷.

W Polsce **brakuje efektywnych systemowych mechanizmów ochrony zawodów ginących**, a rzemiosło nie było objęte wsparciem porównywalnym do rozwiązań funkcjonujących w niektórych krajach Europy Zachodniej. W efekcie proces zanikania zawodów przebiega szybciej niż możliwości ich odtworzenia, co stwarza ryzyko utraty unikalnych technik wytwórczych i kompetencji kulturowych²⁸.

WSPÓŁCZESNY RENESANS RZEMIOSŁA

Współczesne rzemiosło znajduje się w fazie głębokiej rekonstrukcji. Nowelizacja obowiązująca od 1 stycznia 2024 roku wprowadziła nowoczesną definicję rzemieślnika, dopuszczając prowadzenie działalności także w formie spółek kapitałowych, co stanowi istotną zmianę względem tradycyjnego modelu jednoosobowego warsztatu²⁹. Najnowszy etap historii rzemiosła wyznacza rok **2025**, w którym przyjęto tzw. **Pierwszy Pakiet Deregulacyjny**, zawierający 40 korzystnych dla rzemieślników zmian legislacyjnych³⁰.

Współcześnie rzemiosło definiowane jest jako działalność gospodarcza nierozzerwalnie związana z **pracą własną** i kwalifikacjami zawodowymi właściciela firmy. Mimo silnego zakorzenienia w tradycji, statystyki pokazują, że polskie rzemiosło jest obecnie „młodsze” niż przedsiębiorstwa nierzemieślnicze – blisko połowa firm rzemieślniczych powstała w ciągu ostatnich siedmiu lat³¹.

Współczesny renesans rzemiosła w Polsce charakteryzuje się dynamicznym **wzrostem innowacyjności** istniejących zakładów oraz powstawaniem nowych firm opartych na unikalnych pasjach, kompetencjach projektowych i nowoczesnych profesjach. Zjawisko to, określane mianem „**nowego rzemiosła**”, ma charakter rozproszony i w dużej mierze funkcjonuje poza tradycyjnymi strukturami cechowymi, koncentrując się wokół aktywności przedstawicieli młodszego i średniego pokolenia³². Nowi rzemieślnicy to często absolwenci kierunków projektowych, artystycznych lub technicznych, którzy świadomie łączą tradycyjny kunszt z nowoczesnym designem, technologią oraz mediami cyfrowymi³³.

Odrodzenie rzemiosła bywa określane jako „**drugi złoty wiek**”, co wynika z nasycenia rynku masową produkcją oraz rosnącej potrzeby konsumentów do posiadania przedmiotów unikalnych, trwałych i wykonanych z dbałością o detal³⁴. Kluczowym czynnikiem napędzającym ten trend jest indywidualizacja – aż trzy czwarte firm rzemieślniczych oferuje produkty „szyte na miarę”, dostosowane do specyficznych potrzeb klienta³⁵.

²⁷ Rzemieślnicy wymierają, szewca dziś ze świecą szukać. Ale mamy jeszcze szansę ich ocalić, INNPoland.pl, <https://innpoland.pl/162085,zanikaja-rzemieslnicy-te-zawody-sa-na-wymarciu>.

²⁸ Rzemieślnicy wymierają, szewca dziś ze świecą szukać. Ale mamy jeszcze szansę ich ocalić, INNPoland.pl, <https://innpoland.pl/162085,zanikaja-rzemieslnicy-te-zawody-sa-na-wymarciu>.

²⁹ Śląska Akademia Nauki i Rozwoju, Nowa definicja rzemiosła, <https://akademia-nauki.eu/pl/start/informatorium/pedagogika/nowa-definicja-rzemiosla>.

³⁰ Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Branży Spożywczej w Kielcach, Ważne zmiany w Ustawie o Rzemiośle i Prawie Oświatowym, Kielce 2025, <https://cech-spozywczy.pl/aktualnosci/wazne-zmiany-w-ustawie-o-rzemiosle-i-prawie-oswiatowym/>.

³¹ Anna Kowalewska, Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 41, 119.

³² Anna Kowalewska, Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 17.

³³ Anna Kowalewska, Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 17

PARP, Nie tylko własne ręce. Narzędziem pracy rzemieślników stają się nowoczesne technologie oraz media społecznościowe, 2022, <https://www.parp.gov.pl/component/content/article/82672:nie-tylko-wlasne-rece-narzedziem-pracy-rzemieslnikow-staja-sie-nowoczesne-technologie-oraz-media-spoecznościowe>.

³⁴ Dotacje dla rzemieślników i pracowni – jak uzyskać wsparcie na rozwój?, „Eurolider”, 2025, <https://www.eurolider.pl/dotacje-dla-rzemieslnikow-i-pracowni-jak-uzyskac-wsparcie-na-rozwoj/>.

³⁵ Anna Kowalewska, Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 9, 51.

Istotną rolę odgrywa również rosnąca **świadomość ekologiczna**. Rzemiosło wpisuje się w idee „slow design”, zero-waste oraz gospodarki obiegu zamkniętego poprzez usługi naprawcze, renowacyjne oraz wykorzystanie naturalnych, lokalnych surowców³⁶. Jednocześnie ręczne wykonanie staje się synonimem jakości i prestiżu, co wzmacnia pozycję rzemiosła w segmencie dóbr luksusowych i premium³⁷.

Renesans rzemiosła ma charakter hybrydowy – tradycyjne techniki łączą się z zaawansowanymi technologiami cyfrowymi, takimi jak druk 3D, maszyny CNC czy projektowanie CAD³⁸. Nowoczesny wizerunek sektora wzmacniają media społecznościowe, które stały się współczesnymi „witrynami” warsztatów, umożliwiając rzemieślnikom budowanie marki i docieranie do klientów na całym świecie³⁹.

Zjawisku temu towarzyszy rozwój nowych form współpracy, takich jak huby kreatywne, makerspace’y czy wspólne przestrzenie warsztatowe, integrujące rzemieślników z projektantami i artystami⁴⁰. Zmienia się również funkcja rzemieślnika – coraz częściej pełni on rolę edukatora i animatora kultury, prowadząc warsztaty hobbystyczne dla osób poszukujących alternatywy wobec pracy biurowej⁴¹. Statystyki potwierdzają młodość sektora – połowa firm rzemieślniczych działa na rynku krócej niż osiem lat, co wskazuje na intensywny napływ nowych podmiotów i dynamiczną odbudowę branży⁴².

1.3 DEFINICJE I RAMY POJĘCIOWE RZEMIOSŁA

W analizie pojęcia rzemiosła konieczne jest uwzględnienie zarówno jego znaczenia potocznego, jak i ujęć słownikowych oraz instytucjonalnych. W języku codziennym rzemiosło bywa rozumiane jako „*wytwarzanie ręcznie, przy użyciu prostych narzędzi, przedmiotów codziennego użytku oraz świadczenie drobnych usług naprawczych*” (WSJP). Takie ujęcie, silnie zakorzenione kulturowo, kształtuje społeczne postrzeganie rzemiosła jako działalności tradycyjnej, często archaicznej, kojarzonej z zawodami takimi jak szewc, ramiarz czy renowator mebli. W efekcie rzemiosło bywa postrzegane jako zajęcie hobbystyczne, niepowiązane z nowoczesnymi technologiami czy współczesnymi procesami produkcyjnymi.

Drugim istotnym problemem językowym jest częste utożsamianie rzemiosła z rękodzięciem. W ujęciu słownikowym rękodzieło oznacza ogół przedmiotów wykonanych ręcznie (WSJP), natomiast Encyklopedia PWN definiuje je jako formę drobnej produkcji opartej na pracy ręcznej, posiadającej jednocześnie walory artystyczne. Relacja między tymi pojęciami nie jest symetryczna: każde rzemiosło zawiera element pracy ręcznej, jednak nie każde rękodzieło spełnia kryteria rzemiosła w sensie zawodowym. Rzemiosło jest bowiem działalnością gospodarczą, opartą na kwalifikacjach zawodowych, regulacjach branżowych i świadczeniu usług lub produkcji na rzecz klientów.

Nieprecyzyjne używanie obu pojęć w przestrzeni publicznej — m.in. podczas targów, pokazów i wydarzeń promowanych jako „rzemieślnicze”, choć w rzeczywistości prezentujących głównie rękodzieło, często o

³⁶ *Renesans Rzemiosła: Powrót do Tradycji w Świecie Cyfrowym*, Gurukultu.pl, 2025, <https://gurukultu.pl/renesans-rzemiosla-powrot-do-tradycji-w-swiecie-cyfrowym/>.

D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 4–5,

³⁷ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 20,

³⁸ *Renesans Rzemiosła...*, 2025

D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 5.

³⁹ PARP, 2022, <https://www.parp.gov.pl/component/content/article/82672:nie-tylko-wlasne-rece-narzedziem-pracy-rzemieslnikow-stajasiem-nowoczesne-technologie-oraz-media-spolesnosciove>.

⁴⁰ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, 50, 52–53.

⁴¹ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 20–21, 52.

⁴² Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 7, 120, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf.

charakterze ludowym — utrwała uproszczony obraz rzemiosła jako działalności nieprzystającej do współczesnych realiów. W konsekwencji wpływa to na społeczne postrzeganie rzemieślników, ich kompetencji oraz roli w gospodarce regionalnej, pomijając fakt, że współczesne rzemiosło obejmuje również działalności wysoko wyspecjalizowane, technologicznie zaawansowane i kluczowe dla lokalnych rynków pracy.

W związku z powyższymi rozbieżnościami definicyjnymi oraz utrwalonymi w przestrzeni publicznej uproszczeniami konieczne było przyjęcie precyzyjnych ram pojęciowych na potrzeby niniejszego badania. Jasne rozgraniczenie między rzemiosłem a rękodziełem, a także uwzględnienie zarówno znaczeń potocznych, jak i ujęć instytucjonalnych, pozwala na jednoznaczną identyfikację podmiotów rzemieślniczych oraz właściwe zakwalifikowanie ich działalności. Takie uporządkowanie terminologiczne stanowi warunek rzetelnej analizy sektora oraz umożliwia interpretację wyników badań w sposób spójny i porównywalny.

Nowelizacja ustawy o rzemiośle, która weszła w życie 13 lipca 2025 r., wprowadziła najistotniejsze od lat doprecyzowanie definicji rzemiosła, rzemieślnika i zakładu rzemieślniczego. Zmiana ta miała na celu uporządkowanie dotychczasowych, nieprecyzyjnych zapisów oraz ograniczenie rozbieżności interpretacyjnych, które przez lata utrudniały zarówno identyfikację firm rzemieślniczych, jak i prowadzenie badań nad sektorem.

W poprzednim brzmieniu ustawy definicja rzemiosła była szeroka i pozostawiała duże pole do interpretacji. Odwoływała się do „zawodowego wykonywania działalności gospodarczej” oraz „wykorzystywania kwalifikacji zawodowych i pracy własnej”, ale nie precyzowała, w jakim zakresie praca własna musi być faktycznie wykonywana, ani jakie kwalifikacje należy uznać za wystarczające. Ustawa dopuszczała również szeroki katalog form prawnych, w tym spółki osobowe oraz jednoosobowe spółki kapitałowe powstałe z przekształcenia przedsiębiorcy. W praktyce prowadziło to do sytuacji, w których za rzemieślników mogły być uznawane podmioty, które nie wykonywały pracy własnej, a jedynie organizowały pracę innych osób.

Jak czytamy w raporcie PARP: „Rzemiosło w rozumieniu ustawy o rzemiośle to zawodowe wykonywanie działalności gospodarczej przez osobę fizyczną lub podmioty działające w formie wybranych typów spółek, z wykorzystaniem zawodowych kwalifikacji i pracy własnej tej osoby lub wspólników (w przypadku spółek), w jej/ich imieniu własnym i na własny rachunek. Ustawa dopuszcza do grona rzemieślników, oprócz osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, spółki osobowe osób fizycznych (cywilne, jawne, komandytowe, komandytowo-akcyjne) oraz jednoosobowe spółki kapitałowe powstałe w wyniku przekształcenia przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną. W przypadku spółek osób obcych obowiązek wykorzystywania kwalifikacji zawodowych i pracy własnej dotyczy wszystkich wspólników, a w przypadku spółek rodzinnych (w których drugim wspólnikiem jest małżonek lub krewny w linii prostej, tj. dziecko, wnuk, rodzic, dziadek) – przynajmniej jednego wspólnika.”⁴³

Nowelizacja z 2025 r. znacząco doprecyzowała te kwestie. Po pierwsze, wzmocniono wymóg **osobistego wykonywania pracy** przez rzemieślnika — nie jako możliwości, lecz jako warunku koniecznego. Po drugie, zawężono katalog form prawnych, eliminując możliwość uznania za rzemieślnicze tych podmiotów, które nie spełniają kryterium pracy własnej wspólników. Po trzecie, doprecyzowano wymogi dotyczące **kwalifikacji zawodowych**, wskazując na konieczność ich formalnego potwierdzenia. Po czwarte, po raz pierwszy wprowadzono ustawową definicję **zakładu rzemieślniczego**, określając jego cechy i relację do osoby rzemieślnika.

Zgodnie z **Ustawą z dnia 22 marca 1989 r. o rzemiośle** (w brzmieniu obowiązującym po nowelizacji z dnia 13 lipca 2025 r.) obecnie obowiązują następujące definicje kluczowych pojęć: rzemiosła, rzemieślnika oraz zakładu rzemieślniczego

⁴³ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf.

- Art. 2: „Rzemiostem jest wykonywanie działalności gospodarczej polegającej na wytwarzaniu, naprawie lub świadczeniu usług, wykonywanej osobiście przez rzemieślnika, z wykorzystaniem jego kwalifikacji zawodowych, w ramach zakładu rzemieślniczego.”
- Art. 3: „Rzemieślnikiem jest osoba fizyczna wykonująca działalność gospodarczą w zakresie rzemiosła, osobiście wykonująca pracę w ramach tej działalności oraz posiadająca kwalifikacje zawodowe potwierdzone dokumentem. Rzemieślnikiem może być także wspólnik spółki osobowej osób fizycznych, jeżeli osobiście wykonuje pracę w zakresie działalności rzemieślniczej.”
- Art. 4: „Zakładem rzemieślniczym jest zorganizowany zespół składników materialnych i niematerialnych przeznaczonych do wykonywania działalności rzemieślniczej, w którym rzemieślnik osobiście wykonuje pracę oraz kieruje procesem jej wykonywania.”

Nowelizacja doprecyzowała zakres działalności uznawanej za rzemiosło, wzmocniła wymóg osobistego wykonywania pracy przez rzemieślnika oraz wprowadziła jednoznaczną definicję zakładu rzemieślniczego, której wcześniej w ustawie nie było. Zmiany te miały na celu uporządkowanie praktyki stosowania prawa, ograniczenie rozbieżności interpretacyjnych oraz zwiększenie przejrzystości zasad funkcjonowania sektora rzemieślniczego.

Zmiany te mają istotne znaczenie zarówno dla praktyki gospodarczej, jak i dla badań nad rzemiosłem. Nowe brzmienie ustawy zwiększa przejrzystość i ogranicza możliwość nadużyć, ale jednocześnie nie rozwiązuje kluczowego problemu metodologicznego: w rejestrach statystycznych nadal nie istnieje odrębna kategoria „rzemiosło”, a PKD nie pozwala na jednoznaczną identyfikację firm rzemieślniczych. Dlatego w niniejszym projekcie konieczne było przyjęcie definicji operacyjnej i zastosowanie podejścia deklaratywnego — respondenci zapoznawali się z definicją rzemiosła i deklarowali, czy ich działalność mieści się w jej ramach.

W efekcie jednym z kluczowych wyzwań metodologicznych w niniejszym badaniu była **nieprecyzyjność definicji rzemiosła w polskim prawodawstwie**. Obowiązujące regulacje – w szczególności ustawa o rzemiosle – określają rzemiosło w sposób ogólny, odwołując się do kryteriów takich jak osobiste wykonywanie działalności, posiadanie kwalifikacji zawodowych czy prowadzenie zakładu rzemieślniczego. Jednocześnie przepisy te **nie wskazują jednoznacznych, operacyjnych kryteriów**, które pozwalałyby na automatyczną identyfikację firm rzemieślniczych w rejestrach statystycznych (GUS, REGON, CEIDG).

W praktyce oznacza to, że:

- **nie istnieje odrębna kategoria statystyczna „rzemiosło”,**
- **PKD nie pozwala na jednoznaczne wyodrębnienie rzemieślników,**
- **rejestry publiczne nie rozróżniają firm rzemieślniczych od pozostałych mikroprzedsiębiorstw,**
- **organizacje rzemieślnicze zrzeszają jedynie część środowiska,** co uniemożliwia oparcie się wyłącznie na ich bazach.

W efekcie identyfikacja rzemiosła wymagała przyjęcia definicji dostosowanej do potrzeb badania. Na potrzeby projektu przyjęto następującą definicję:

*Zgodnie z nowym brzmieniem art. 2 ust. 1 (od 13 lipca 2025 r.) rzemiosło to **zawodowe wykonywanie działalności gospodarczej** przez:*

- ***osobę fizyczną** wykorzystującą własną pracę i kwalifikacje potwierdzone odpowiednimi dowodami, jeśli spełnia kryteria mikro-, małego lub średniego przedsiębiorcy;*
- ***wspólników spółki cywilnej,** gdy działalność wykonywana jest wspólnie, z wykorzystaniem pracy własnej oraz kwalifikacji co najmniej jednego wspólnika, a spółka spełnia kryteria MŚP;*

- **spółkę jawną, komandytową, komandytowo-akcyjną lub kapitałową**, jeśli działalność opiera się na pracy własnej co najmniej jednego wspólnika/akcjonariusza będącego osobą fizyczną, posiadającego kwalifikacje zawodowe w rzemiośle, a spółka mieści się w kategorii MŚP.

Art. 2 ust. 2 ustawy stanowi, że **za rzemiosło nie uważa się** działalności wykonywanej w ramach wolnych zawodów. W praktyce art. 2 ust. 2 wyłącza z rzemiosła m.in.:

- **artystów** (malarzy, grafików, rzeźbiarzy, fotografów artystycznych),
- **twórców i wykonawców utworów** (pisarzy, muzyków, aktorów),
- **fotografów**, jeśli działają jako artyści, a nie usługodawcy,
- **architektów, lekarzy, adwokatów, tłumaczy, projektantów** i inne wolne zawody,
- **wszelką działalność, której istotą jest twórczość, praca intelektualna lub działalność profesjonalna regulowana**, a nie rzemieślnicze wytwarzanie lub świadczenie usług.

Art. 3 ust. 1 wskazuje, że **dowodami kwalifikacji zawodowych w rzemiośle są**:

- **dplom lub świadectwo ukończenia szkoły technicznej lub artystycznej w zawodzie odpowiadającym danemu rzemiosłu,**
- **dplom mistrza,**
- **świadectwo czeladnicze lub tytuł robotnika wykwalifikowanego,**
- **zaświadczenie potwierdzające wybrane kwalifikacje zawodowe w zakresie danego rzemiosła.**

Jednocześnie, jak pokazują dotychczasowe ustalenia analityczne, definicja ustawowa – nawet po zmianach – jest zbyt wąska, do rzeczywistego chwycenia rzemiosła. Badanie zrealizowane przez PARP⁴⁴ wskazuje również, że **65% firm zakwalifikowanych jako rzemieślnicze spełnia kryteria ustawowe**, co oznacza, że większość sektora opiera się na pracy własnej właściciela oraz na kwalifikacjach zawodowych potwierdzonych dokumentami. Jednocześnie pozostała część sektora to firmy, które funkcjonują w sposób rzemieślniczy, ale nie są formalnie uznawane za rzemiosło – co potwierdza, że definicja prawna nie obejmuje całej rzeczywistości gospodarczej. W raporcie podkreślono, że rzemiosło jest kategorią **niewidoczną w statystyce publicznej**, ponieważ nie istnieje w rejestrach GUS, REGON ani CEIDG. Dlatego zastosowanie definicji operacyjnych jest konieczne, aby uchwycić rzeczywistą skalę sektora. Wyniki omawianego badania pokazują jednoznacznie, że rzemiosło jest znacznie większe, bardziej zróżnicowane i bardziej dynamiczne, niż wynikałoby to z danych administracyjnych.

Dlatego w przedmiotowym projekcie, **w badaniu empirycznym przynależność do rzemiosła traktowano deklaratywnie**. Respondentom prezentowano powyższą definicję i proszono o ocenę, czy ich działalność mieści się w jej ramach. Pozwoliło to na:

- wyeliminowanie błędów wynikających z klasyfikacji PKD,
- uwzględnienie firm, które faktycznie funkcjonują jako rzemieślnicze, choć formalnie nie są zrzeszone,
- uniknięcie arbitralnego przypisywania przedsiębiorstw do sektora rzemiosła.

Badanie wstępne (etap II) pełniło funkcję filtra. Dopiero na podstawie deklaracji przedsiębiorców możliwe było wyłonienie firm spełniających definicję operacyjną i zbudowanie operatu do badania właściwego.

Badanie właściwe (etap III) obejmowało wyłącznie podmioty zweryfikowane. Dzięki temu analiza kondycji ekonomicznej, strategii działania, etosu pracy czy potrzeb wsparcia publicznego dotyczyła **rzeczywistego sektora rzemiosła**, a nie szerokiej grupy mikroprzedsiębiorstw.

⁴⁴ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf.

NAUKA ZAWODU – DOSTĘPNE ŚCIEŻKI

W Polsce funkcjonuje kilka równoległych form zdobywania kwalifikacji rzemieślniczych, obejmujących szkołę branżową I stopnia, technikum, naukę zawodu u pracodawcy, praktyczną naukę zawodu dorosłych oraz kursy zawodowe. System ten umożliwia rozpoczęcie kształcenia zarówno osobom kończącym szkołę podstawową, jak i dorosłym chcącym zdobyć nowe kwalifikacje⁴⁵.

Szkoła branżowa I i II stopnia oraz technikum	Szkoła branżowa I stopnia zapewnia trzyletnie przygotowanie zawodowe, obejmujące naukę teoretyczną i praktyczną, a jej ukończenie umożliwia przystąpienie do egzaminu zawodowego oraz egzaminu czeladniczego. Absolwenci mogą kontynuować naukę w szkole branżowej II stopnia, uzyskując wykształcenie średnie branżowe i kwalifikacje technika. Alternatywną ścieżką jest pięcioletnie technikum, kończące się egzaminem zawodowym i maturą ⁴⁶ .
Przygotowanie zawodowe młodocianych u pracodawcy	Nauka zawodu u pracodawcy trwa 36 miesięcy i obejmuje praktykę w zakładzie rzemieślniczym oraz doksztalanie teoretyczne w szkole lub na kursach. Osoba w wieku 15–18 lat podpisuje umowę o pracę w celu przygotowania zawodowego i otrzymuje wynagrodzenie w wysokości 8%, 9% i 10% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w kolejnych latach nauki ⁴⁷ .
Praktyczna nauka zawodu dorosłych	Dorośli mogą zdobywać kwalifikacje poprzez praktyczną naukę zawodu dorosłych (6–12 miesięcy) lub przyuczenie do pracy dorosłych (3–6 miesięcy). Proces ten odbywa się na podstawie umowy zawieranej między starostą a pracodawcą lub instytucją szkoleniową i umożliwia przystąpienie do egzaminu zawodowego lub czeladniczego ⁴⁸ .
Kursy zawodowe i samokształcenie	Osoby posiadające co najmniej trzyletni staż pracy w zawodzie mogą przystąpić do egzaminu czeladniczego bez formalnego kształcenia szkolnego. Kursy zawodowe prowadzone przez centra kształcenia ustawicznego, zakłady doskonalenia zawodowego i szkoły dla dorosłych umożliwiają zdobycie kwalifikacji potwierdzonych egzaminem rzemieślniczym ⁴⁹ .

Kształcenie rzemieślnicze funkcjonuje w ramach **Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**, który określa zasady potwierdzania kompetencji zawodowych oraz ich poziomy⁵⁰. Potwierdzeniem kwalifikacji rzemieślniczych są **egzamin czeladniczy i mistrzowski**. Egzamin rzemieślniczy składa się z części teoretycznej i praktycznej. Do egzaminu czeladniczego mogą przystąpić osoby z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym oraz trzyletnim stażem pracy w zawodzie. Egzamin mistrzowski wymaga ukończenia szkoły ponadpodstawowej oraz odpowiedniego stażu zawodowego⁵¹. Dodatkowo członkostwo w cechu lub izbie rzemieślniczej zapewnia

⁴⁵ [Etapy w karierze rzemieślniczej, czyli jak osiągnąć mistrzostwo? - Artykuł - ECAM](#)

⁴⁶ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego.

⁴⁷ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z 22 lutego 2019 r. w sprawie przygotowania zawodowego młodocianych i ich wynagradzania.

⁴⁸ Ustawa z 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, art. 53a–53m

Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 11 kwietnia 2014 r. w sprawie przygotowania zawodowego dorosłych Por. Zielona Linia, <https://zielonalinia.gov.pl/przygotowanie-zawodowe-doroslych-32550>.

⁴⁹ Izba Rzemieślnicza w Poznaniu, Warunki dopuszczenia do egzaminu, <https://www.irpoznan.com.pl/strona,warunki-dopuszczenia-do-egzaminu.html>

⁵⁰ Zintegrowany System Kwalifikacji, <https://kwalifikacje.edu.pl/czym-jest-zsk/>.

⁵¹ Ustawa z dnia 22 marca 1989 r. o rzemiośle t.j. Dz.U. 2020 poz. 2159.

Por. Izba Rzemieślnicza w Poznaniu, <https://www.irpoznan.com.pl/strona,warunki-dopuszczenia-do-egzaminu.html>.

wsparcie w szkoleniu uczniów, pomoc w refundacjach kosztów przygotowania zawodowego, doradztwo prawne i podatkowe oraz dostęp do szkoleń specjalistycznych, w tym BHP i pierwszej pomocy⁵².

Szkolnictwo rzemieślnicze w Polsce rozwija się od początku lat 90., kiedy **ustawa o systemie oświaty z 1991 r.** umożliwiła tworzenie szkół niepublicznych. Pierwsze szkoły rzemiosła powstały w **1993 r.**, a ich liczba systematycznie rośnie wraz z zapotrzebowaniem na dualne kształcenie zawodowe. Rzemiosło od początku współpracowało ze szkołami zawodowymi, a model **mistrz–uczeń** pozostał fundamentem przygotowania zawodowego⁵³.

Wg danych Związku Rzemiosła Polskiego w roku szkolnym 2024/2025 było:

- **52 szkół rzemiosła** działające w Polsce,
- **ok. 9,5 tys. uczniów** kształcących się w systemie dualnym,
- **ponad 30 tys. absolwentów** od początku funkcjonowania szkół⁵⁴.

Szkoły rzemiosła funkcjonują w modelu **dualnym**, łącząc praktyczną naukę zawodu u rzemieślnika z kształceniem teoretycznym w **szkole branżowej I stopnia** (wcześniej: rzemieślniczych zasadniczych szkołach zawodowych). W odróżnieniu od wielu szkół publicznych zapewniają pełny wymiar zajęć praktycznych, co odpowiada na problem systemowego ograniczania godzin praktyk w szkolnictwie publicznym. Szkoły rzemiosła funkcjonują w trzech formach prawnych:

- **niepubliczne szkoły branżowe I stopnia** prowadzone przez cechy lub izby rzemieślnicze (z uprawnieniami szkół publicznych i prawem do dotacji),
- **publiczne szkoły branżowe** prowadzone przez rzemiosło na podstawie umowy z JST,
- **szkoły publiczne pod patronatem rzemiosła.**

Uczniowie kończą naukę **egzaminem czeladniczym** oraz uzyskują świadectwo ukończenia szkoły branżowej. Mogą kontynuować edukację w **szkole branżowej II stopnia** (funkcjonującej od 2020 r.), liceum ogólnokształcącym dla dorosłych lub na kwalifikacyjnych kursach zawodowych. Obecnie w systemie rzemiosła możliwa jest nauka **około 130 zawodów**⁵⁵.

Dorośli mogą zdobywać kwalifikacje rzemieślnicze poprzez:

- **Egzaminy czeladnicze i mistrzowskie** organizowane przez izby rzemieślnicze.
- **Kwalifikacyjne kursy zawodowe (KKZ)** – prowadzone przez szkoły branżowe i centra kształcenia zawodowego.
- **Przyuczenie do zawodu u pracodawcy** – bez limitu wieku.

SYSTEM KSZTAŁCENIA DUALNEGO W RZEMIOŚLE

Kształcenie dualne, będące fundamentem nauki zawodu w rzemiośle, polega na równoległej realizacji **praktycznej nauki zawodu u pracodawcy** oraz **dokształcania teoretycznego** w branżowej szkole I stopnia lub w formach pozaszkolnych⁵⁶. Kluczowym elementem tego modelu jest nadanie uczniowi statusu **młodocianego**

⁵² Cech Rzemiosł Różnych w Człuchowie, <https://www.cechczluchow.pl/czlonkowie/korzysci>.

⁵³ [Informator-Szkoły-Rzemiosla-wersja-polska-1.pdf](#), s.7

⁵⁴ Uwaga: ZRP nie publikuje jednego zbiorczego raportu, ale dane te pojawiają się w komunikatach i wystąpieniach Prezesa ZRP z 2024 r, źródło: <https://zrp.pl> sekcja: Aktualności i materiały dot. szkolnictwa rzemieślniczego.

⁵⁵ Izba Rzemieślnicza w Poznaniu, *Lista zawodów rzemieślniczych*, <https://www.irpoznan.com.pl/userfiles/files/oswiata%202018/lista%20zawod%C3%B3w%20pdf.pdf>.

⁵⁶ Izba Rzemieślnicza w Tarnowie, *Kształcenie dualne pracowników młodocianych*, <https://izbarzemieslnicza.tarnow.pl/ksztalcenie-dualne-pracownikow-mlodocianych/>.

Izba Rzemieślnicza w Opolu, Raport Rzemiosło 2020, Opole 2020, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 17.

pracownika, co wiąże się z zawarciem umowy o pracę w celu przygotowania zawodowego, otrzymywaniem wynagrodzenia oraz objęciem pełną ochroną prawną i ubezpieczeniem społecznym⁵⁷.

Sercem systemu pozostaje tradycyjna relacja **mistrz–uczeń**, w której mistrz pełni jednocześnie funkcję pracodawcy, nauczyciela zawodu i wychowawcy odpowiedzialnego za przekaz etosu pracy oraz tożsamości zawodowej⁵⁸. Nauka odbywa się w rzeczywistych warunkach pracy, co umożliwia uczniowi uczestnictwo w pełnym cyklu wytwórczym, kontakt z klientem oraz rozwijanie kompetencji społecznych, takich jak odpowiedzialność, samodzielność i lojalność⁵⁹.

Organizacja kształcenia dualnego zakłada, że **czas nauki trwa zazwyczaj 36 miesięcy⁶⁰**, a **praktyczna nauka zawodu stanowi minimum 60% całego cyklu⁶¹**. Nauka odbywa się w systemie przemiennym — najczęściej 2–3 dni w szkole i pozostałe dni u pracodawcy, lub w układzie tygodniowym⁶².

Proces kończy się **państwowym egzaminem czeladniczym** przed komisją izby rzemieślniczej, który potwierdza uzyskanie kwalifikacji zawodowych uznawanych w całej Unii Europejskiej⁶³. Nad całością procesu czuwają organizacje rzemiosła — cechy i izby — które odpowiadają za stronę prawną, organizacyjną i jakościową systemu, wspierając rzemieślników w realizacji zadań oświatowych⁶⁴.

1.5 WPŁYW MEGATRENDÓW SPOŁECZNO-GODPODARCZYCH NA RZEMIOSŁO

Analiza sytuacji rzemiosła w Polsce wymaga odniesienia do szerokich procesów społecznych, gospodarczych i technologicznych, które kształtują warunki funkcjonowania wszystkich sektorów gospodarki. W niniejszym raporcie przyjęto ramy analityczne oparte na publikacji „*Megatrendy społeczno-gospodarcze w kontekście Koncepcji Rozwoju Kraju 2050. Trendy światowe*”⁶⁵, która identyfikuje kluczowe siły wpływające na przyszłość kraju: wzrost globalnych problemów społecznych, przyspieszenie technologiczne, wyłanianie się nowej gospodarki, wzrost dynamiki zmian środowiskowych, transformację globalnego porządku oraz reorganizację przestrzeni. Megatrendy te stanowią punkt wyjścia do zrozumienia zmian zachodzących w otoczeniu rzemiosła, ponieważ wyznaczają kierunki rozwoju rynku pracy, preferencji konsumenckich, modeli produkcji oraz sposobów organizacji działalności gospodarczej.

Wskazane w literaturze megatrendy makro znajdują swoje odzwierciedlenie w bardziej szczegółowych tendencjach sektorowych, które w bezpośredni sposób wpływają na funkcjonowanie rzemiosła. Należą do nich m.in. zmiany demograficzne, ewolucja zachowań konsumenckich, globalizacja rynków, cyfryzacja i automatyzacja procesów, rosnące znaczenie ekologii oraz postępująca urbanizacja. Tendencje te stanowią

⁵⁷ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 63,

Agnieszka Harasim, *Dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2021, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/04/Dualne-ksztalcenie-zawodowe_ost.pdf, s. 15.

⁵⁸ A. W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stepnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 10, 13.

Branżowe szkoły rzemieślnicze są przyszłością edukacji zawodowej, Portal Oświatowy, 2024,

<https://www.portaloswiatowy.pl/aktualnosci/branzowe-szkoly-rzemieslnicze-sa-przyszloscia-edukacji-zawodowej-23467.html>.

⁵⁹ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosło 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 4, 18.

⁶⁰ Agnieszka Harasim, *Dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2021, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/04/Dualne-ksztalcenie-zawodowe_ost.pdf, s. 34.

⁶¹ *Branżowe szkoły rzemieślnicze są przyszłością edukacji zawodowej*, Portal Oświatowy, 2024,

<https://www.portaloswiatowy.pl/aktualnosci/branzowe-szkoly-rzemieslnicze-sa-przyszloscia-edukacji-zawodowej-23467.html>.

⁶² Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosło 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 17.

⁶³ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 63,

⁶⁴ Agnieszka Harasim, *Dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2021, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/04/Dualne-ksztalcenie-zawodowe_ost.pdf, s. 9–11.

⁶⁵ Dziemianowicz W., Jurkiewicz I. (red.), 2023, *Megatrendy społeczno-gospodarcze w kontekście Koncepcji Rozwoju Kraju 2050. Trendy europejskie i krajowe*, Instytut Rozwoju Miast i Regionów, Warszawa–Kraków, [Kolejny raport z cyklu "Megatrendy społeczno-gospodarcze."](#)

praktyczne przełożenie megatrendów na realia działalności rzemieślniczej i determinują zarówno szanse rozwojowe, jak i zagrożenia dla sektora.

O wpływie megatrendów i trendów rozwojowych na rzemiosło pisze natomiast wyczerpująco literatura branżowa, w szczególności opracowanie *Rzemiosło na miarę współczesności* (Cech Rzemiosł Różnych w Wieliczce, 2024), które przedstawia pogłębioną analizę wyzwań i szans wynikających z procesów demograficznych, technologicznych, środowiskowych oraz zmian zachodzących na rynkach pracy i w zachowaniach konsumenckich⁶⁶.

Uwzględnienie megatrendów w analizie rzemiosła pozwala na identyfikację długofalowych procesów, które będą kształtować warunki prowadzenia działalności w perspektywie najbliższych dekad. Stanowi to podstawę do formułowania rekomendacji dotyczących wsparcia sektora, modernizacji warsztatów, rozwoju kompetencji oraz dostosowania systemu edukacji zawodowej do wyzwań przyszłości.

MEGATREND 1: WZROST GLOBALNYCH PROBLEMÓW SPOŁECZNYCH

Megatrend „Wzrost globalnych problemów społecznych” obejmuje procesy demograficzne, migracyjne, edukacyjne i społeczne, które w długiej perspektywie kształtują strukturę społeczeństw oraz sposób funkcjonowania rynków pracy. W ujęciu globalnym dotyczy on m.in. dynamicznego wzrostu liczby ludności, starzenia się populacji, rosnącej mobilności, narastania nierówności społecznych oraz redefinicji roli edukacji jako fundamentu rozwoju gospodarczego. W Polsce megatrend ten przyjmuje szczególnie wyrazistą postać ze względu na szybkie tempo starzenia się społeczeństwa, malejącą liczbę osób w wieku produkcyjnym oraz zmieniające się aspiracje młodszych pokoleń.

Zmiany demograficzne i społeczne wpływają na strukturę podaży pracy, dostępność kompetencji oraz modele funkcjonowania przedsiębiorstw. Starzenie się populacji prowadzi do wzrostu wskaźnika obciążenia demograficznego, co potwierdzają dane GUS: „w latach 2000–2023 liczebność ludności w wieku poprodukcyjnym zwiększyła się o ponad 3 mln, a jej odsetek wzrósł z niespełna 15% do ponad 23%” (s. 9). Jednocześnie maleje liczba młodych kandydatów na rynku pracy, co skutkuje trudnościami rekrutacyjnymi w wielu branżach. Zmieniają się także oczekiwania młodszych pokoleń wobec pracy – rośnie znaczenie elastyczności, krótszych ścieżek edukacyjnych i praktycznego przygotowania zawodowego.

Dla MŚP oznacza to konieczność dostosowania modeli zatrudnienia, inwestowania w rozwój kompetencji oraz poszukiwania nowych form współpracy międzypokoleniowej. Wzrost nierówności społecznych i zmiany w strukturze dochodów wpływają również na popyt – część konsumentów ogranicza wydatki, podczas gdy inni poszukują produktów unikatowych, lokalnych i wysokiej jakości.

W sektorze rzemiosła megatrend ten ma szczególnie silne oddziaływanie. Po pierwsze, starzenie się społeczeństwa oznacza, że wielu doświadczonych rzemieślników będzie przechodziło na emeryturę, co prowadzi do ryzyka utraty unikalnych kompetencji. Jak wskazuje dokument „*Rzemiosło na miarę współczesności...*”: „starsze pokolenie często posiada unikalne umiejętności rzemieślnicze, które mogą być przekazywane młodszemu pokoleniom” (s. 9). Jednocześnie malejąca liczba młodych osób wchodzących na rynek pracy ogranicza możliwość zastępowania odchodzących mistrzów.

Zmieniający się etos pracy młodych pokoleń – preferencja dla krótszych, praktycznych form kształcenia – może stanowić szansę dla rozwoju kształcenia dualnego i systemu mistrz–uczeń. W dokumencie „*Rzemiosło na miarę współczesności...*” czytamy, że „starsi rzemieślnicy mogą pełnić rolę mentorów dla młodszych, co pozwoli na

⁶⁶ Prof. dr hab. Jan Klimek, Cech Rzemiosł Różnych w Wieliczce, *Rzemiosło na miarę współczesności*, Wieliczka 2024, dostęp: <http://cech-wieliczka.pl/wp-content/uploads/2024/07/Rzemioslo-na-miare-wspolczesnosci...190724.pdf>.

Wszystkie odniesienia w tym rozdziale pochodzą z powyższego – oznaczone w nawiasach numerami stron – pochodzą z powyższego dokumentu.

zachowanie tradycyjnych technik i wartości rzemieślniczych” (s. 9). Jednocześnie maleje liczba osób kojarzących rzemiosło z jakością i trwałością, co stanowi zagrożenie dla wizerunku branży.

Megatrend ten wpływa również na popyt: rosnąca liczba seniorów zwiększa zapotrzebowanie na usługi naprawcze, renowacyjne i dostosowane do potrzeb osób starszych. Z drugiej strony, zmiany społeczne i migracyjne mogą prowadzić do odpływu młodych pracowników z zawodów rzemieślniczych.

Wzrost globalnych problemów społecznych stanowi jeden z kluczowych megatrendów determinujących przyszłość rzemiosła. Starzenie się społeczeństwa, zmiany w strukturze rynku pracy oraz ewolucja postaw młodych pokoleń tworzą zarówno poważne wyzwania, jak i nowe możliwości. Najważniejsze z nich to:

- ryzyko utraty kompetencji wraz z odchodzeniem doświadczonych rzemieślników,
- konieczność wzmocnienia systemu kształcenia dualnego i mentoringu,
- potrzeba budowania atrakcyjnego wizerunku zawodów rzemieślniczych,
- rosnące znaczenie usług i produktów kierowanych do osób starszych,
- konieczność adaptacji do zmieniających się oczekiwań młodych pracowników.

Megatrend ten wymaga od rzemiosła strategicznego podejścia do zarządzania kompetencjami, sukcesą i edukacją zawodową, aby zapewnić ciągłość i rozwój sektora w perspektywie długoterminowej.

MEGATREND 2: PRZYSPIESZENIE TECHNOLOGICZNE

Megatrend „Przyspieszenie technologiczne” obejmuje dynamiczny rozwój technologii cyfrowych, automatyzacji, sztucznej inteligencji, Internetu rzeczy, biotechnologii oraz systemów cyberbezpieczeństwa. W ujęciu KRK2050 jest to jeden z najsilniejszych czynników zmieniających globalną gospodarkę, wpływający na modele produkcji, organizację pracy, kompetencje zawodowe oraz sposób funkcjonowania przedsiębiorstw. Technologie stają się coraz bardziej zintegrowane z codziennym życiem, a ich adaptacja jest warunkiem konkurencyjności zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym.

Przyspieszenie technologiczne prowadzi do głębokich zmian w strukturze gospodarki. Automatyzacja i cyfryzacja procesów produkcyjnych zwiększają efektywność, ale jednocześnie wymagają inwestycji w sprzęt, oprogramowanie i kompetencje cyfrowe. W sektorze MŚP oznacza to konieczność modernizacji, wdrażania nowych narzędzi oraz dostosowania modeli biznesowych do wymogów gospodarki cyfrowej.

W dokumencie KRK2050 podkreśla się, że technologie takie jak AI, IoT czy zaawansowane systemy produkcyjne stają się standardem, a przedsiębiorstwa, które nie nadążają za zmianami, tracą konkurencyjność. Jednocześnie rośnie znaczenie cyberbezpieczeństwa, a transformacja energetyczna wymusza stosowanie bardziej efektywnych i niskoemisyjnych technologii.

Dla MŚP oznacza to zarówno szanse (nowe rynki, nowe modele sprzedaży, automatyzacja powtarzalnych procesów), jak i bariery (koszty inwestycji, brak kompetencji, konieczność ciągłego uczenia się).

Przyspieszenie technologiczne ma szczególnie silny wpływ na rzemiosło, które tradycyjnie opiera się na pracy manualnej, indywidualnych umiejętnościach i lokalnym charakterze produkcji. W przesłanym dokumencie „*Rzemiosło na miarę współczesności...*” czytamy, że „*szybki rozwój i integracja nowych technologii cyfrowych, takich jak sztuczna inteligencja, Internet rzeczy czy blockchain, wprowadzają rzemiosło w erę przemysłu 4.0*” (s. 11). Technologie te zmieniają sposób projektowania, produkcji, sprzedaży i komunikacji z klientami.

Najważniejsze oddziaływania technologii na rzemiosło:

- 1. Cyfryzacja sprzedaży i marketingu** Rzemieślnicy coraz częściej korzystają z platform e-commerce, mediów społecznościowych i narzędzi marketingu internetowego. Dokument wskazuje, że „*Internet i platformy e-commerce pomagają w budowaniu marki, promocji i sprzedaży wyrobów rzemieślniczych na całym świecie*” (s. 11). Jest to jednocześnie szansa i wyzwanie — rzemiosło musi nauczyć się funkcjonować w środowisku cyfrowym, aby nie zostać wypchnięte przez marki globalne.
- 2. Automatyzacja i nowoczesne wzornictwo** Z raportu PARP wynika, że „*co trzecia firma rzemieślnicza realizowała inwestycje związane z nowoczesnym wzornictwem i automatyzacją procesów produkcyjnych*” (s. 12). Automatyzacja pozwala odciążyć rzemieślników od powtarzalnych czynności i skupić się na kreatywnych elementach pracy.
- 3. Nowe technologie produkcji (np. druk 3D)** Dokument wskazuje, że „*druk 3D pozwala na tworzenie bardziej precyzyjnych i skomplikowanych wyrobów, jednocześnie zmniejszając koszty produkcji*” (s. 11). To otwiera nowe możliwości dla rzemiosła, ale wymaga inwestycji i nowych kompetencji.
- 4. Wpływ technologii na edukację zawodową** Nowe technologie umożliwiają zdalne szkolenia, kursy online i dostęp do wiedzy. Dokument podkreśla, że „*platformy edukacyjne pozwalają rzemieślnikom rozwijać swoje umiejętności bez konieczności fizycznego uczestnictwa w kursach*” (s. 12). To może wspierać rozwój kształcenia dualnego.
- 5. Rosnące wymagania jakościowe i certyfikacyjne** Dostęp do rynków jest ograniczony przez konieczność spełnienia standardów jakościowych, co wiąże się z kosztownymi certyfikatami. Dokument potwierdza, że „*nowoczesne technologie wymagają spełnienia wysokich standardów jakościowych*” (s. 11–12).

Przyspieszenie technologiczne jest jednym z megatrendów o najsilniejszym wpływie na rzemiosło. Zmienia ono sposób produkcji, sprzedaży i komunikacji z klientami, a jednocześnie wymaga inwestycji w kompetencje i technologie. Najważniejsze wnioski to:

- technologie stają się niezbędnym elementem konkurencyjności rzemiosła,
- cyfryzacja otwiera nowe rynki, ale wymaga nowych umiejętności,
- automatyzacja może wspierać efektywność, ale wymaga nakładów finansowych,
- rośnie znaczenie marketingu internetowego i obecności w mediach społecznościowych,
- technologie wspierają edukację zawodową i mogą wzmacniać system mistrz–uczeń,
- wysokie koszty certyfikacji i technologii stanowią barierę dla najmniejszych zakładów.

Przyspieszenie technologiczne nie jest więc zagrożeniem samo w sobie — staje się nim dopiero wtedy, gdy rzemiosło nie ma dostępu do narzędzi, kompetencji i wsparcia, które umożliwiają adaptację.

MEGATREND 3: WYŁANIANIE SIĘ NOWEJ GOSPODARKI

Megatrend „Wyłanianie się nowej gospodarki” obejmuje szeroki zestaw procesów transformacyjnych, które zmieniają sposób funkcjonowania współczesnych gospodarek. W ujęciu KRK2050 dotyczy on przede wszystkim rosnącej roli technologii cyfrowych, automatyzacji pracy, elastycznych form zatrudnienia, intensyfikacji konkurencji w obszarze innowacyjności, a także zmian energetycznych i reorganizacji łańcuchów wartości. Nowa gospodarka opiera się na szybkim przepływie informacji, skracaniu cykli życia produktów, personalizacji oferty oraz rosnącym znaczeniu ekologii i zrównoważonego rozwoju. W efekcie zmieniają się zarówno modele biznesowe, jak i zachowania konsumentów, którzy coraz częściej oczekują produktów unikatowych, dostępnych „tu i teraz”, a jednocześnie zgodnych z wartościami środowiskowymi i społecznymi.

Zmiany te w istotny sposób wpływają na funkcjonowanie gospodarki i sektora MŚP. Cyfryzacja procesów, automatyzacja produkcji i rozwój handlu internetowego wymuszają na przedsiębiorstwach konieczność modernizacji, inwestowania w technologie oraz dostosowania modeli działania do realiów gospodarki cyfrowej. Jednocześnie zmieniają się preferencje konsumentów, którzy coraz częściej kierują się modą, marką,

rekomendacjami influencerów i krótkotrwałymi trendami, co prowadzi do większej zmienności popytu. Wzrost znaczenia ekologii i gospodarki cyrkularnej powoduje, że firmy muszą uwzględniać w swojej działalności kwestie środowiskowe, zarówno w zakresie materiałów, jak i sposobu produkcji. Nowa gospodarka zmienia również rynek pracy — młodsze pokolenia preferują krótsze ścieżki edukacyjne, mobilność zawodową i pracę projektową, co wpływa na dostępność kadr dla mikro i małych przedsiębiorstw.

W przypadku rzemiosła megatrend ten ma szczególnie wyraziste konsekwencje, ponieważ dotyka zarówno strony popytowej, jak i podażowej. Zmieniające się preferencje konsumentów — przejście od trwałości do „zakupów na chwilę”, rosnąca rola marek i produktów elektronicznych oraz wpływ mediów społecznościowych — powodują, że rzemiosło musi na nowo definiować swoją wartość. Jednocześnie dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* wskazuje, że rośnie zainteresowanie produktami lokalnymi, ekologicznymi i unikatowymi: *„Klienci coraz częściej poszukują produktów ekologicznych, wykonanych z odnawialnych lub recyklingowanych materiałów”* (s. 10). To tworzy realną szansę dla rzemieślników, którzy potrafią podkreślić autentyczność, lokalność i jakość swoich wyrobów.

Nowa gospodarka wymusza również obecność rzemiosła w przestrzeni cyfrowej. Internet, platformy e-commerce i media społecznościowe stają się podstawowym kanałem komunikacji z klientami, co dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* podkreśla, wskazując, że *„Internet i platformy e-commerce pomagają w budowaniu marki, promocji i sprzedaży wyrobów rzemieślniczych na całym świecie”* (s. 11). Jednocześnie jest to obszar wymagający nowych kompetencji, inwestycji i umiejętności marketingowych, co dla wielu zakładów stanowi barierę. Podobnie jest z technologiami produkcyjnymi — druk 3D, nowoczesne wzornictwo czy automatyzacja procesów otwierają nowe możliwości, ale wymagają nakładów finansowych i wiedzy. Jak wskazuje raport PARP, *„co trzecia firma rzemieślnicza realizowała inwestycje związane z nowoczesnym wzornictwem i automatyzacją procesów produkcyjnych”* (s. 12), co pokazuje, że część sektora już wchodzi w logikę nowej gospodarki, choć nie jest to proces równomierny.

Zmiany zachodzą również po stronie podaży pracy. Nowe pokolenia oczekują szybkich efektów, elastyczności i praktycznego kształcenia, co wpływa na dostępność uczniów i pracowników w zawodach rzemieślniczych. Jednocześnie rośnie znaczenie ekologii, co dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* podkreśla, wskazując, że produkty wykonane z odnawialnych materiałów i zgodne z zasadami gospodarki cyrkularnej stają się coraz bardziej pożądane (s. 13). To kierunek, który może wzmocnić pozycję rzemiosła, ale wymaga dostosowania technologicznego i organizacyjnego.

Wyłanianie się nowej gospodarki stanowi megatrend o istotnym wpływie na przyszłość rzemiosła. Zmieniające się preferencje konsumentów, cyfryzacja procesów oraz rosnące znaczenie ekologii tworzą zarówno nowe możliwości, jak i wyzwania dla tradycyjnych zakładów rzemieślniczych. Najważniejsze wnioski to:

- rosnący popyt na produkty lokalne, ekologiczne i unikatowe wzmacnia potencjał rzemiosła,
- obecność w przestrzeni cyfrowej staje się warunkiem dotarcia do współczesnych klientów,
- nowe technologie produkcyjne otwierają możliwości innowacji, ale wymagają inwestycji i kompetencji,
- zmieniające się postawy młodych pracowników wpływają na dostępność kadr i wymagają dostosowania systemu kształcenia,
- rosnąca zmienność popytu wymusza elastyczność i zdolność szybkiego reagowania na trendy rynkowe.

Megatrend ten wymaga od rzemiosła umiejętnego łączenia tradycji z nowoczesnością, inwestowania w kompetencje cyfrowe i ekologiczne oraz budowania silnej marki, która odpowiada na potrzeby współczesnych odbiorców.

MEGATREND 4: WZROST DYNAMIKI ZMIAN ŚRODOWISKOWYCH

Megatrend „Wzrost dynamiki zmian środowiskowych” obejmuje procesy związane z postępującą zmianą klimatu, degradacją środowiska, niedoborem surowców, rosnącą presją na gospodarkę odpadami oraz spadkiem bioróżnorodności. W ujęciu KRK2050 jest to megatrend o charakterze globalnym, który wpływa na wszystkie sektory gospodarki, wymuszając transformację modeli produkcji, konsumpcji i zarządzania zasobami. Zmiany klimatyczne — coraz częstsze ekstremalne zjawiska pogodowe, susze, powodzie czy pożary — stają się czynnikiem destabilizującym zarówno łańcuchy dostaw, jak i koszty prowadzenia działalności gospodarczej. Jednocześnie rośnie znaczenie regulacji środowiskowych, które wymuszają na przedsiębiorstwach stosowanie bardziej zrównoważonych technologii i materiałów.

Dla gospodarki i sektora MŚP megatrend ten oznacza konieczność dostosowania się do nowych wymogów środowiskowych, rosnących kosztów energii, ograniczonej dostępności surowców oraz presji na redukcję śladu węglowego. Firmy muszą inwestować w energooszczędne technologie, gospodarkę obiegu zamkniętego, recykling oraz systemy minimalizujące odpady. Jednocześnie zmieniają się preferencje konsumentów, którzy coraz częściej oczekują produktów ekologicznych, trwałych i wykonanych z materiałów odnawialnych. W efekcie przedsiębiorstwa, które nie dostosują się do tych oczekiwań, tracą konkurencyjność, podczas gdy te, które potrafią wykorzystać potencjał ekologii, zyskują przewagę rynkową.

W przypadku rzemiosła wpływ megatrendu jest szczególnie widoczny. Dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* wskazuje, że *„klienci coraz częściej poszukują produktów ekologicznych, wykonanych z odnawialnych lub recyklingowanych materiałów”* (s. 10), co otwiera nowe możliwości dla rzemieślników wykorzystujących lokalne surowce i tradycyjne techniki. Rzemiosło, jako sektor oparty na małoseryjnej produkcji, naturalnie wpisuje się w logikę gospodarki cyrkularnej — oferuje produkty trwałe, naprawialne i często wykonywane z materiałów o niskim śladzie środowiskowym. Jednocześnie zmiany klimatyczne generują konkretne zagrożenia: *„susze, pożary lasów i inne ekstremalne zjawiska pogodowe mogą ograniczyć dostępność surowców i podnieść koszty produkcji”* (s. 14). Dotyczy to zwłaszcza branż opartych na drewnie, metalach czy naturalnych tkaninach.

Rzemiosło musi również mierzyć się z rosnącymi wymaganiami regulacyjnymi dotyczącymi gospodarki odpadami, efektywności energetycznej i stosowania materiałów certyfikowanych. W dokumencie *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* podkreślono, że *„przejdzie na model gospodarki cyrkularnej może przynieść korzyści zarówno ekonomiczne, jak i środowiskowe”* (s. 13), ale wymaga to inwestycji, wiedzy i dostępu do odpowiednich technologii. Jednocześnie rośnie znaczenie ekologicznego wizerunku — konsumenci coraz częściej wybierają produkty, które są nie tylko estetyczne i funkcjonalne, ale również zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Wzrost dynamiki zmian środowiskowych staje się jednym z kluczowych megatrendów wpływających na przyszłość rzemiosła. Zmiany klimatyczne, presja regulacyjna oraz rosnące oczekiwania konsumentów tworzą zarówno wyzwania, jak i nowe możliwości rozwojowe. Najważniejsze wnioski to:

- rosnące znaczenie ekologii wzmacnia pozycję rzemiosła jako sektora oferującego produkty trwałe, lokalne i niskoemisyjne,
- zmiany klimatyczne wpływają na dostępność surowców i koszty produkcji, co wymaga dywersyfikacji materiałów i większej odporności łańcuchów dostaw,
- gospodarka cyrkularna otwiera nowe nisze rynkowe, ale wymaga inwestycji w technologie i kompetencje,
- konsumenci coraz częściej oczekują produktów ekologicznych, co sprzyja rzemiosłu, ale wymusza transparentność i certyfikację,
- rosnące wymogi środowiskowe mogą stanowić barierę dla najmniejszych zakładów, jeśli nie otrzymają odpowiedniego wsparcia.

Megatrend ten wymaga od rzemiosła świadomego podejścia do ekologii, inwestowania w zrównoważone praktyki oraz budowania przewagi konkurencyjnej opartej na jakości, trwałości i lokalności.

MEGATREND 5: TRANSFORMACJA GLOBALNEGO PORZĄDKU

Megatrend „Transformacja globalnego porządku” obejmuje zmiany w układzie sił politycznych, gospodarczych i geostrategicznych, które wpływają na funkcjonowanie państw, rynków i przedsiębiorstw. W ujęciu KRK2050 dotyczy on przede wszystkim rosnącego znaczenia Azji, kryzysu demokracji, narastających napięć międzynarodowych, a także niestabilności wynikającej z konfliktów zbrojnych, pandemii, kryzysów energetycznych i zakłóceń w globalnych łańcuchach dostaw. Transformacja globalnego porządku oznacza, że dotychczasowe reguły handlu, współpracy i konkurencji ulegają zmianie, a gospodarki muszą funkcjonować w warunkach większej niepewności i zmienności.

Dla gospodarki i sektora MŚP megatrend ten ma wielowymiarowe konsekwencje. Z jednej strony otwiera nowe możliwości ekspansji na rynki azjatyckie, dywersyfikacji dostaw i korzystania z globalnych zasobów. Z drugiej — zwiększa ryzyko związane z przerwami w dostawach, wahaniami cen surowców, zmianami regulacji handlowych oraz rosnącą konkurencją ze strony krajów o niższych kosztach produkcji. W ostatnich latach przedsiębiorstwa muszą mierzyć się z nieprzewidywalnością geopolityczną, która wpływa na koszty energii, dostępność materiałów, stabilność walut i bezpieczeństwo transportu. W efekcie rośnie znaczenie odporności łańcuchów dostaw, lokalizacji produkcji bliżej rynków zbytu oraz budowania elastycznych modeli działania.

W przypadku rzemiosła wpływ transformacji globalnego porządku jest szczególnie widoczny w obszarze konkurencji, dostępu do surowców i zmian w zachowaniach konsumentów. Dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* podkreśla, że globalizacja otwiera nowe możliwości sprzedaży, ale jednocześnie *„rzemieślnicy muszą stawić czoła konkurencji z produktami z innych krajów, często tańszymi ze względu na niższe koszty pracy i produkcji”* (s. 11). To powoduje presję cenową, która dla wielu małych zakładów jest trudna do udźwignięcia. Jednocześnie otwarte granice i handel międzynarodowy umożliwiają dostęp do tańszych surowców i narzędzi, co może obniżyć koszty produkcji, ale uzależnia rzemiosło od globalnych łańcuchów dostaw, podatnych na zakłócenia.

Transformacja globalnego porządku wpływa również na preferencje konsumentów. W obliczu niepewności i kryzysów rośnie zainteresowanie produktami lokalnymi, trwałymi i wysokiej jakości, co może wzmacniać pozycję rzemiosła. Jednocześnie konsumenci są bardziej świadomi pochodzenia produktów, warunków pracy i etyki produkcji, co sprzyja rzemieślnikom, którzy mogą podkreślać transparentność i lokalność swojej działalności. Dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* wskazuje także, że globalizacja umożliwia *„współpracę z zagranicznymi partnerami w zakresie wymiany wiedzy, technologii oraz najlepszych praktyk”* (s. 11), co może prowadzić do innowacji w rzemiośle i podnoszenia jakości usług.

Jednak rosnące napięcia międzynarodowe, konflikty zbrojne i kryzysy gospodarcze zwiększają ryzyko prowadzenia działalności. Wahania cen energii, ograniczenia w dostępie do surowców oraz zmiany regulacji handlowych mogą destabilizować funkcjonowanie małych zakładów. Rzemiosło, jako sektor o ograniczonych zasobach finansowych, jest szczególnie wrażliwe na takie wstrząsy. Dlatego transformacja globalnego porządku wymaga od rzemieślników większej elastyczności, dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia oraz budowania odporności na zakłócenia zewnętrzne.

Transformacja globalnego porządku stanowi megatrend, który w istotny sposób wpływa na warunki funkcjonowania rzemiosła. Zmiany geopolityczne, rosnąca konkurencja międzynarodowa oraz niestabilność łańcuchów dostaw tworzą zarówno nowe możliwości, jak i poważne wyzwania. Najważniejsze wnioski to:

- globalizacja otwiera nowe rynki i umożliwia dostęp do tańszych surowców, ale jednocześnie zwiększa konkurencję cenową,
- rosnąca niepewność geopolityczna wpływa na koszty energii, dostępność materiałów i stabilność dostaw,
- konsumenci coraz częściej wybierają produkty lokalne i etyczne, co wzmacnia pozycję rzemiosła,
- współpraca międzynarodowa może wspierać innowacje i rozwój kompetencji w sektorze,
- małe zakłady są szczególnie narażone na skutki globalnych kryzysów i wymagają wsparcia w budowaniu odporności.

Megatrend ten wymaga od rzemiosła elastyczności, dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia oraz świadomego budowania przewagi opartej na lokalności, jakości i transparentności.

MEGATREND 6: REORGANIZACJA PRZESTRZENI

Megatrend „Reorganizacja przestrzeni” odnosi się do zmian w sposobie zagospodarowania, użytkowania i postrzegania przestrzeni — zarówno fizycznej, jak i wirtualnej. W ujęciu KRK2050 obejmuje on procesy urbanizacji, suburbanizacji, depopulacji obszarów peryferyjnych, rozwój infrastruktury transportowej i cyfrowej, a także rosnące znaczenie przestrzeni wirtualnych jako miejsc pracy, handlu i interakcji społecznych. Reorganizacja przestrzeni jest odpowiedzią na zmiany demograficzne, technologiczne i środowiskowe, które wpływają na to, gdzie i jak żyją ludzie, gdzie pracują i gdzie konsumują dobra oraz usługi.

Dla gospodarki i sektora MŚP megatrend ten oznacza konieczność dostosowania się do nowych wzorców mobilności, koncentracji ludności oraz dostępności infrastruktury. Urbanizacja sprzyja rozwojowi usług, zwiększa liczbę potencjalnych klientów i ułatwia dostęp do technologii oraz zasobów. Jednocześnie rosną koszty prowadzenia działalności w miastach, zwłaszcza w zakresie najmu, logistyki i przestrzeni warsztatowej. Obszary peryferyjne zmagają się natomiast z depopulacją, ograniczonym dostępem do infrastruktury transportowej i cyfrowej oraz mniejszą liczbą klientów, co utrudnia rozwój przedsiębiorstw. Reorganizacja przestrzeni obejmuje również rozwój przestrzeni cyfrowej — e-commerce, platform usługowych i pracy zdalnej — które zmieniają sposób funkcjonowania firm i relacje z klientami.

W przypadku rzemiosła wpływ tego megatrendu jest szczególnie złożony. Dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* podkreśla, że urbanizacja przynosi zarówno korzyści, jak i wyzwania. Z jednej strony *„w miastach rzemiosło spotyka się z większą i bardziej zróżnicowaną grupą potencjalnych klientów”* (s. 14), co sprzyja rozwojowi usług naprawczych, renowacyjnych, krawieckich czy rękodzielniczych. Miasta oferują również lepszy dostęp do nowoczesnych technologii, materiałów i narzędzi, a także do wspólnych przestrzeni pracy, które umożliwiają współdzielenie zasobów i wiedzy. Urbanizacja sprzyja także współpracy międzysektorowej — rzemiosło coraz częściej łączy się z designem, sztuką, technologią czy usługami kreatywnymi.

Z drugiej strony dokument *„Rzemiosło na miarę współczesności...”* wskazuje, że *„wysoki koszt wynajmu i utrzymania warsztatów w miejskich lokalizacjach”* (s. 14) stanowi poważną barierę dla wielu zakładów. Problemy logistyczne, ograniczona przestrzeń oraz konkurencja ze strony dużych sieci handlowych dodatkowo utrudniają funkcjonowanie rzemiosła w miastach. Na obszarach wiejskich i peryferyjnych rzemiosło mierzy się natomiast z ograniczonym dostępem do klientów, słabą infrastrukturą transportową i cyfrową oraz trudnościami w pozyskaniu pracowników. Reorganizacja przestrzeni obejmuje również przenoszenie części aktywności do przestrzeni cyfrowej — sprzedaż online, promocję w mediach społecznościowych i świadczenie usług na odległość — co dla rzemiosła jest zarówno szansą, jak i wyzwaniem.

Reorganizacja przestrzeni stanowi megatrend, który w istotny sposób wpływa na warunki funkcjonowania rzemiosła. Urbanizacja, rozwój przestrzeni cyfrowej oraz depopulacja obszarów peryferyjnych tworzą

zróżnicowane środowiska działania, wymagające elastyczności i dostosowania modeli funkcjonowania.

Najważniejsze wnioski to:

- urbanizacja zwiększa dostęp do klientów, technologii i partnerstw, ale podnosi koszty prowadzenia działalności,
- obszary peryferyjne oferują niższe koszty, lecz zmagają się z depopulacją i ograniczoną infrastrukturą,
- rozwój przestrzeni cyfrowej otwiera nowe możliwości sprzedaży i promocji, ale wymaga kompetencji i inwestycji,
- reorganizacja przestrzeni sprzyja współpracy międzysektorowej, co może wzmacniać innowacyjność rzemiosła,
- rosnące koszty najmu i logistyki w miastach stanowią barierę dla najmniejszych zakładów.

Megatrend ten wymaga od rzemiosła elastycznego dostosowania modeli działania do zróżnicowanych warunków przestrzennych oraz umiejętnego łączenia działalności lokalnej z obecnością w przestrzeni cyfrowej.

1.6 SYTUACJA RZEMIOSŁA W POLSCE – NAJNOWSZE USTALENIA ANALITYCZNE

Aktualnie najobszerniejszą i najbardziej aktualną analizę stanu rzemiosła w Polsce przedstawia raport „**Tropami polskiego rzemiosła**”⁶⁷, który stanowi pierwsze w Polsce tak szeroko zakrojone, ogólnokrajowe badanie rzemiosła, zrealizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w 2023 roku. Publikacja przedstawia kompleksową diagnozę sektora rzemieślniczego, obejmującą jego skalę, strukturę, profil działalności, kondycję ekonomiczną, strategię rynkowe, kapitał ludzki, inwestycje oraz perspektywy rozwoju. Raport opiera się na dwustopniowym badaniu ilościowym obejmującym łącznie ponad 2000 przedsiębiorstw MŚP, w tym 1000 firm rzemieślniczych w szerokim ujęciu. Opracowanie stanowi obecnie najważniejsze i najbardziej aktualne źródło wiedzy o rzemiośle w Polsce, wykorzystywane zarówno w analizach sektorowych, jak i w projektowaniu polityk publicznych dotyczących MŚP, kształcenia zawodowego i rozwoju lokalnego.

UDZIAŁ RZEMIOSŁA W GOSPODARCE

Wyniki badania wstępnego przeprowadzonego na potrzeby raportu PARP „*Tropami polskiego rzemiosła*” pozwalają na precyzyjne określenie skali rzemiosła w Polsce oraz jego znaczenia w strukturze przedsiębiorstw działających w branżach predysponowanych do wykonywania działalności rzemieślniczej. Analiza pokazuje, że rzemiosło stanowi istotny segment gospodarki, zarówno w ujęciu liczbowym, jak i funkcjonalnym.

W badanej populacji przedsiębiorstw działających w sekcjach PKD naturalnie związanych z pracą fachową (m.in. przetwórstwo przemysłowe, budownictwo, usługi, wybrane klasy handlu, gastronomii i działalności profesjonalnej) **37% firm spełnia kryteria rozszerzonej definicji rzemiosła**, natomiast **25%** – kryteria ustawowe (s. 33). Oznacza to, że ponad jedna trzecia firm w tych branżach prowadzi działalność o charakterze rzemieślniczym, nawet jeśli nie wszystkie spełniają formalne wymogi ustawy o rzemiośle.

Ponieważ populacja badana nie obejmowała całego sektora MŚP, konieczne było przeprowadzenie odrębnych szacunków udziału rzemiosła w skali ogólnopolskiej. Łącząc dane GUS dotyczące liczby aktywnych przedsiębiorstw z wynikami badania wstępnego, oszacowano, że **23% firm sektora MŚP** to przedsiębiorstwa rzemieślnicze w ujęciu szerokim, a **15%** spełnia kryteria ustawowe (s. 34). Przy liczbie **2 352 193** aktywnych przedsiębiorstw MŚP w 2021 roku oznacza to, że rzemiosłem zajmuje się w Polsce około **541 tys. firm**, z czego około **353 tys.** spełnia wymogi ustawy o rzemiośle.

⁶⁷ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf.

Wszystkie odniesienia w tym rozdziale pochodzą z powyższego – oznaczone w nawiasach numerami stron – pochodzą z powyższego dokumentu.

Analiza udziału rzemiosła w poszczególnych sekcjach PKD potwierdza, że największa koncentracja firm rzemieślniczych występuje w branżach, które w naturalny sposób sprzyjają pracy fachowej. W sekcjach takich jak przetwórstwo przemysłowe (C), budownictwo (F), pozostała działalność usługowa (S), a także w wybranych klasach sekcji G (naprawa pojazdów, sprzedaż kwiatów i roślin), I (gastronomia) oraz M (fotografia, projektowanie), **około 80% firm** spełnia kryteria definicji rozszerzonej, a **około 60%** – kryteria ustawowe (s. 35–36). W pozostałych sekcjach PKD rzemiosło również występuje, choć rzadziej, co wynika m.in. z prowadzenia działalności rzemieślniczej w innym obszarze niż wskazuje kod PKD.

Najwyższy udział rzemiosła obserwuje się w firmach jednoosobowych oraz zatrudniających od 2 do 9 pracowników. W większych klasach zatrudnienia działalność rzemieślnicza występuje znacznie rzadziej, co potwierdza, że rzemiosło pozostaje przede wszystkim domeną mikroprzedsiębiorstw (s. 36–37).

Jednocześnie zróżnicowanie regionalne wskazuje, że najwyższy udział firm rzemieślniczych występuje w województwie wielkopolskim (45%), następnie dolnośląskim (41%), natomiast najniższy – w mazowieckim (29%) (s. 37). Wyniki te odzwierciedlają zarówno strukturę gospodarczą regionów, jak i lokalne tradycje rzemieślnicze.

W raporcie podjęto również próbę oszacowania zatrudnienia w rzemiośle. Średnia liczba pracowników zatrudnionych na umowę o pracę w firmach spełniających kryteria definicji rozszerzonej wyniosła **4,3 osoby**. Przyjmując tę wartość jako podstawę szacunku, można założyć, że w rzemiośle pracuje **około 2,326 mln osób**, co stanowi **33% zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw** (s. 38). Autorzy raportu podkreślają jednak, że szacunek ten należy traktować ostrożnie ze względu na różnice metodologiczne między danymi GUS a danymi z badania.

STRUKTURA FIRM RZEMIEŚLNICZYCH NA TLE FIRM NIERZEMIEŚLNICZYCH

Wyniki badania wstępnego pozwalają także na szczegółowe porównanie struktury przedsiębiorstw uznanych za rzemieślnicze (w ujęciu rozszerzonym) z firmami, które nie spełniły kryteriów tak rozumianego rzemiosła (s.38–42). Aby zapewnić pełną porównywalność branżową, analizę ograniczono do firm działających w sekcjach PKD, w których rzemiosło występuje najczęściej: C – Przetwórstwo przemysłowe, F – Budownictwo, S – Pozostała działalność usługowa oraz wybranych klasach sekcji G, I i M. Porównanie objęło kluczowe cechy strukturalne przedsiębiorstw: wielkość zatrudnienia, formę prawną, lokalizację, okres działalności oraz zasięg działania.

- **Wielkość firmy:** Zarówno wśród firm rzemieślniczych, jak i nierzemieślniczych dominują mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające od 2 do 9 pracowników. Różnice między grupami są jednak wyraźne. Wśród firm rzemieślniczych udział mikroprzedsiębiorstw wynosi **99%**, podczas gdy wśród firm nierzemieślniczych – **94%**. Przekłada się to na niższą średnią liczbę pracowników zatrudnionych na umowę o pracę: **4,3 osoby** w firmach rzemieślniczych wobec **6,9** w firmach nierzemieślniczych. Różnice dotyczą również stosowania innych form zatrudnienia (umowy cywilnoprawne, współpraca B2B). Z takich rozwiązań korzysta **31%** firm rzemieślniczych i **40%** firm nierzemieślniczych.
- **Forma prawna:** Struktura prawna firm rzemieślniczych znacząco różni się od struktury firm nierzemieślniczych. W obu grupach dominuje działalność gospodarcza osoby fizycznej, jednak wśród firm rzemieślniczych jej udział jest zdecydowanie wyższy (**89%** wobec **62%**). Firmy nierzemieślnicze częściej funkcjonują jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (**23%** wobec **5%**) oraz spółki cywilne (**13%** wobec **5%**). Warto zauważyć, że wśród firm rzemieślniczych występują spółki z o.o., mimo że obecna ustawa o rzemiośle nie dopuszcza tej formy prawnej do grona rzemieślników. Ich udział – **5%** – należy uznać za relatywnie wysoki na tle danych GUS.
- **Typ lokalizacji:** Firmy rzemieślnicze i nierzemieślnicze działające w analizowanych sekcjach PKD są silnie związane z obszarami wiejskimi i małymi miastami. Ponad jedna trzecia firm obu typów ma siedzibę na wsi, a kolejna duża grupa – w miastach do 20 tys. mieszkańców. Różnice pojawiają się

dopiero w większych lokalizacjach: firmy nierzemieślnicze częściej działają w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców, zwłaszcza w przedziale 200–500 tys. (9% wobec 3% firm rzemieślniczych). Jednocześnie obie grupy są – na tle całej badanej populacji – rzadziej obecne w dużych miastach powyżej 200 tys. mieszkańców.

- **Okres działalności:** Wbrew stereotypowemu obrazowi rzemiosła jako sektora o długiej tradycji, wyniki badania pokazują, że firmy rzemieślnicze są statystycznie **młodsze** niż firmy nierzemieślnicze. Aż **49%** firm rzemieślniczych powstało w ciągu ostatnich 7 lat (w tym znacząca część w ciągu 3 lat), podczas gdy wśród firm nierzemieślniczych odsetek ten wynosi **24%**. Różnice te mogą świadczyć o rosnącym zapotrzebowaniu na produkty i usługi rzemieślnicze oraz o dynamicznym napływie nowych przedsiębiorców do sektora. Jednocześnie dane sugerują stopniowe wychodzenie z rynku najstarszych zakładów rzemieślniczych, co wpływa na odmłodzenie struktury sektora. Udział firm najstarszych (powyżej 25 lat) jest w obu grupach zbliżony i wynosi nieco ponad 10%.
- **Zasięg działalności:** Firmy rzemieślnicze działają w zdecydowanie mniejszej skali niż firmy nierzemieślnicze. Tylko **18%** z nich prowadzi działalność ogólnopolską, podczas gdy wśród firm nierzemieślniczych odsetek ten wynosi blisko **50%**. Typowa firma rzemieślnicza obsługuje klientów z jednego województwa (**41%**) lub z miejscowości, w której działa, i jej okolic (**28%**). Różnice widoczne są również w umiędzynarodowieniu działalności: firmy nierzemieślnicze częściej działają na rynkach zagranicznych (**6%** wobec **3%** firm rzemieślniczych).

CHARAKTERYSTYKA FIRM I DZIAŁALNOŚCI RZEMIEŚLNICZEJ

Przeprowadzone przez PARP badania zasadnicze pozwalają na charakterystykę profilu działalności polskich przedsiębiorstw rzemieślniczych. Analiza obejmuje zarówno rodzaje wykonywanego rzemiosła, jak i charakter oferowanych usług i wyrobów, sposób realizacji produkcji, model sprzedaży oraz intensywność kontaktu z klientem. Wyniki potwierdzają, że rzemiosło w Polsce jest sektorem zróżnicowanym, silnie opartym na pracy fachowej, a jednocześnie w dużym stopniu zindywidualizowanym i dostosowanym do potrzeb odbiorców.

Podstawą klasyfikacji firm do określonych **rodzajów rzemiosła** był zawód wykonywany przez właściciela i uznany za kluczowy dla działalności firmy. Na tej podstawie wyodrębniono dziesięć grup rzemiosł (s. 44).

Najliczniej reprezentowane są:

- **rzemiosła budowlane** – wykonywane przez **co trzecią firmę**; najczęstszy zawód: murarz-tylnik (20%), a także technik elektryk, monter konstrukcji budowlanych, murarz i hydraulik (po 7%);
- **rzemiosła sklasyfikowane jako pozostałe** (15%) – głównie mechanika pojazdów i naprawa maszyn;
- **rzemiosła spożywcze** (12%) – kucharz, technik żywienia, cukiernik, piekarz;
- **usługi z zakresu urody, stylizacji i zdrowia** (11%) – fryzjer damski, fryzjer, kosmetyczka;
- **rzemiosła metalowe** (10%) – spawacz, tokarz.

Mniejsze, ale istotne grupy (3–5%) stanowią rzemiosła: drzewne, grafiki/druku/fotografii, odzieżowe i skórzane, mineralne oraz florystyczne.

Analiza wykazała istotne **różnice między firmami spełniającymi kryteria ustawy o rzemiośle a tymi, które ich nie spełniają** (s. 45–46): firmy **spełniające kryteria ustawowe** częściej działają w obszarze urody, stylizacji i zdrowia (+13 pp..) oraz w rzemiosłach florystycznych (+2 p.); firmy **niespełniające kryteriów ustawowych** częściej reprezentują rzemiosła budowlane (+9 pp..) i spożywcze (+6 p..). Różnice te wynikają z przyjętych definicji rzemiosła – w szczególności z wymogu posiadania potwierdzonych kwalifikacji oraz z wyłączenia spółek kapitałowych z definicji ustawowej.

W populacji rzemieślników jako całości **najczęściej wykonywane zawody** to:

- murarz-tylnkarz (8%),
- kucharz (6%),
- kosmetyczka (5%),
- kelner, spawacz (po 4%),
- fryzjer damski, monter konstrukcji budowlanych, fryzjer, hydraulik, technik elektryk, florysta, fotograf, murarz, betoniarz-zbrojarz, mechanik samochodowy: po 3% (s. 46–47).

Ponad połowa z tych zawodów to zawody szkolnictwa branżowego, a część z nich znajduje się na liście zawodów o wysokim zapotrzebowaniu na pracowników (MEiN, 2023).

Najbardziej powszechny **profil działalności rzemieślniczej** w Polsce to **usługi** – świadczy je **85%** firm (s. 47–48). Produkcję wyrobów końcowych prowadzi **27%** firm, a produkcję komponentów – **7%**. Struktura profili: **71%** firm prowadzi wyłącznie działalność usługową, **15%** – wyłącznie produkcyjną, **14%** – łączy usługi i produkcję. Firmy rzemieślnicze częściej niż nierzemieślnicze prowadzą działalność usługową.

Usługi rzemieślnicze często obejmują **tworzenie nowych produktów** – dotyczy to **67%** firm usługowych (s. 48–49). Najczęściej w rzemiosłach: florystycznych, spożywczych, mineralnych, drzewnych oraz grafiki/druku/fotografii (83–100%). Jednocześnie około **70%** firm świadczy usługi konserwacyjne i renowacyjne, wpisujące się w ideę gospodarki o obiegu zamkniętym. Najczęściej dotyczy to rzemiosł budowlanych i pozostałych (74–95%).

Oferta firm rzemieślniczych jest silnie zindywidualizowana. Dwie trzecie firm realizuje produkcję lub usługi **wyłącznie na zamówienie** (s. 49–50). Około **30%** stosuje model mieszany, a tylko **5%** oferuje produkty „od ręki”. Model „na zamówienie” dominuje szczególnie w rzemiosłach budowlanych (85%) oraz w usługach urody i stylizacji (82%). W rzemiosłach spożywczych częściej występuje sprzedaż gotowych produktów (13%). Firmy rzemieślnicze zdecydowanie częściej niż nierzemieślnicze wytwarzają: produkty **podobne, lecz nieidentyczne** (69% vs 47%), produkty **unikatowe** (40% vs 33%). Firmy nierzemieślnicze częściej prowadzą produkcję seryjną (40% vs 25%).

Skala działalności rzemieślniczej jest silnie zróżnicowana i zależy zarówno od profilu firmy, jak i rodzaju wykonywanego rzemiosła. Firmy usługowe realizują miesięcznie najczęściej **kilka** (35%) lub **kilkadziesiąt** usług (38%), podczas gdy przedsiębiorstwa produkcyjne osiągają wolumen rzędu **dziesiątek** (ok. 25%) lub **setek** sztuk miesięcznie (ok. 34–45%), a część z nich produkuje nawet **tysiące** wyrobów (8–12%) lub ponad **10 tys.** sztuk (1–3%) (s. 55). Zróżnicowana jest również liczba klientów: miesięcznie firmy obsługują zwykle **kilku** (24%), **kilkunastu** (20%), **kilkudziesięciu** (28%) lub **kilkuset** klientów (17%), natomiast rocznie – najczęściej **kilkudziesięciu** (30%) lub **kilkuset** (33%), choć 13% przedsiębiorstw deklaruje obsługę **kilku tysięcy** klientów lub więcej (s. 55–56). Skala działania jest silnie zależna od specjalizacji: rzemiosła spożywcze należą do najbardziej masowych (43% firm ma kilka tysięcy klientów rocznie), rzemiosła urody i stylizacji obsługują głównie **kilkuset** lub **kilka tysięcy** klientów (62% i 24%), natomiast rzemiosła budowlane działają w najmniejszej skali – **80%** firm obsługuje rocznie nie więcej niż **kilkudziesięciu** klientów (s. 56).

Właściciele przedsiębiorstw rzemieślniczych różnią się od właścicieli firm nierzemieślniczych przede wszystkim strukturą płci i wykształcenia, przy czym w obu grupach dominują osoby w wieku 36–55 lat (74%), a różnice **wiekowe** nie są istotne (s. 58). Rzemiosło jest wyraźnie zmaskulinizowane – **60%** właścicieli to mężczyźni (w firmach nierzemieślniczych proporcje są zrównoważone), co wynika ze specyfiki zawodów budowlanych, metalowych i mineralnych, gdzie udział mężczyzn sięga **80%**, podczas gdy rzemiosła florystyczne, urody i stylizacji oraz odzieżowe są silnie sfeminizowane (od **75%** do **97%** kobiet) (s. 58). Zdecydowana większość rzemieślników posiada **wykszałcenie zawodowe lub branżowe (82%)**, częściej średnie niż zasadnicze, natomiast wykształcenie wyższe deklaruje jedynie niewielka część właścicieli – znacznie rzadziej niż wśród firm

nierzemieślniczych, gdzie co trzeci przedsiębiorca ma dyplom uczelni wyższej (s. 59). Strukturę tę odzwierciedla charakter rzemiosła, którego wykonywanie wymaga kwalifikacji zdobywanych głównie w szkolnictwie branżowym lub w formach pozaszkolnych.

KWALIFIKACJE W RZEMIOŚLE I SPOSOBY ICH UZYSKIWANIA

Wyniki badania PARP pokazują, że rzemieślnicy zdobywają kwalifikacje zawodowe różnymi ścieżkami, przy czym dominują formy szkolne i samokształcenie. Najczęściej wskazywanym sposobem uzyskania kwalifikacji jest **edukacja szkolna** (60%), obejmująca szkoły branżowe, zawodowe, technika oraz studia wyższe, a niewiele rzadziej — **samokształcenie** (50%), którego znaczenie rośnie m.in. dzięki dostępności zasobów internetowych oraz ograniczonej dostępności mistrzów w zawodach unikatowych i ginących (s. 60). Rzemieślnicy rzadziej zdobywają kwalifikacje w formach pozaszkolnych, takich jak kursy i szkolenia (36%), oraz poprzez praktyki lub staże w zakładach rzemieślniczych (30%).

Struktura sposobów uczenia się różni się między rodzajami rzemiosł (s. 61). W rzemiosłach florystycznych dominują kursy i szkolenia (92%), w rzemiosłach urody, stylizacji i zdrowia oraz w rzemiosłach „pozostałych” — edukacja szkolna (odpowiednio 76% i 74%), natomiast w rzemiosłach spożywczych samokształcenie i nauka szkolna są równie częste (62% i 64%). W rzemiosłach budowlanych przeważa samokształcenie (53%) i nauka szkolna (57%), a w rzemiosłach drzewnych edukacja szkolna jest relatywnie rzadsza (48%).

Większość rzemieślników posiada **dokumenty potwierdzające kwalifikacje** (76%), przy czym najczęściej są to świadectwa szkół branżowych I stopnia (28%) lub techników / szkół branżowych II stopnia (21%) (s. 62). Najwyższy odsetek osób z udokumentowanymi kwalifikacjami występuje w rzemiosłach urody, stylizacji i zdrowia (94%), a najniższy — w rzemiosłach mineralnych (57%).

Tradycyjne kwalifikacje rzemieślnicze — **dyplom mistrza i świadectwo czeladnicze** — posiada łącznie 19% rzemieślników (odpowiednio 15% i 8%), co oznacza, że większość potwierdza swoje kompetencje innymi dokumentami lub nie posiada formalnego potwierdzenia (ok. 25%) (s. 63–64). Najczęściej tytuły mistrza i czeladnika występują w rzemiosłach spożywczych (37% i 15%) oraz drzewnych (19% świadectw czeladniczych). W rzemiosłach grafiki, druku i fotografii częściej spotyka się dyplomy szkół artystycznych (19%).

PRZYNALEŻNOŚĆ DO ORGANIZACJI SAMORZĄDU GOSPODARCZEGO RZEMIOSŁA

Wyniki badania PARP pokazują, że rzemiosło zrzeszone – funkcjonujące w strukturach cechów i izb rzemieślniczych – obejmuje stosunkowo niewielką część sektora. Przynależność do cechów zadeklarowało **16%** przedsiębiorców, a do izb rzemieślniczych **15%**, przy czym część respondentów mogła utożsamiać członkostwo w izbie z członkostwem pośrednim poprzez cech. łącznie **21%** firm rzemieślniczych należy do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła (s. 68). Dodatkowo ok. **10%** przedsiębiorców deklaruje członkostwo w stowarzyszeniach, fundacjach lub spółdzielniach rzemieślniczych, a kolejne 8–13% rozważa przystąpienie do tych organizacji, najczęściej do cechów. Przynależność częściej deklarują firmy małe i średnie (44%), przedsiębiorcy z miast 100–500 tys. mieszkańców (45–55%) oraz firmy spożywcze (47%) i florystyczne (43%).

Motywacje do wstąpienia do cechu mają przede wszystkim charakter wizerunkowy i rozwojowy. Najczęściej wskazywane są: **wzrost wiarygodności i rozpoznawalności firmy**, możliwość wymiany wiedzy branżowej oraz dostęp do doradztwa (s. 69). Mniejszą, choć nadal istotną rolę odgrywa możliwość organizacji rzemieślniczej nauki zawodu dla pracowników młodocianych, co wiąże się z dostępem do dofinansowania kosztów kształcenia. Motywy te odzwierciedlają zarówno potrzebę budowania pozycji rynkowej, jak i znaczenie środowiskowego wsparcia w prowadzeniu działalności rzemieślniczej

Oczekiwania związane z członkostwem w cechu są w dużej mierze spełnione. Rzemieślnicy deklarują bardzo wysoki poziom satysfakcji z przynależności – **48%** ocenia ją jako „bardzo wysoką”, a **54%** zdecydowanie poleciłoby członkostwo innym przedsiębiorcom (s. 70). Dane te wskazują, że organizacje samorządu

gospodarczego rzemiosła pełnią ważną funkcję integracyjną, wizerunkową i doradczą, a ich rola – choć obejmuje mniejszość firm – jest wysoko ceniona przez tych, którzy do nich należą.

KONDYCJA RYNKOWA I POTENCJAŁ ROZWOJU FIRM RZEMIEŚLNICZYCH

Wyniki badania PARP pokazują, że klienci firm rzemieślniczych to przede wszystkim osoby prywatne i firmy, jednak przedsiębiorstwa rzemieślnicze częściej niż nierzemieślnicze kierują swoją ofertę wyłącznie do klientów indywidualnych (41% wobec 26%). Jest to szczególnie widoczne w rzemiosłach urody, stylizacji i zdrowia (93%) oraz w rzemiosłach odzieżowych i skórzanym (55%) (s. 71). Większość firm obsługuje szerokie grono klientów o podobnych potrzebach (78%), choć w rzemiosłach drzewnych i mineralnych częściej pojawiają się klienci o specyficznych wymaganiach (33%).

Charakter oferty rzemieślniczej jest w dużej mierze **praktyczny i codzienny** – ponad 80% firm opisuje swoje produkty jako „dla każdego”, „praktyczne”, „codziennego użytku”. Jednocześnie połowa przedsiębiorców podkreśla niepowtarzalność i oryginalny design swoich wyrobów, a w rzemiosłach mineralnych, florystycznych, graficznych i drzewnych cechy te wskazuje aż 72–91% badanych (s. 72). Rzemiosła spożywcze wyróżniają się silnym zakorzeniem w tradycji (88%), kulturze lokalnej (72%), kunszcie wykonania (87%) i oryginalnym wzornictwie (66%), co sprawia, że mimo szerokiego przeznaczenia produktów aż 67% firm spożywczych określa swoją ofertę jako skierowaną do koneserów. Analiza czynnikowa pozwoliła wyodrębnić **trzy typy ofert rynkowych**: (1) kolekcjonersko-artystyczną, (2) opartą na kunszcie i designie oraz (3) codzienną i praktyczną (s. 73). Pierwszy typ dominuje w rzemiosłach grafiki, druku i fotografii (88%), drugi – w rzemiosłach mineralnych (70%), a trzeci – w rzemiosłach budowlanych (50%).

Firmy rzemieślnicze działają przede wszystkim lokalnie – średnio **66%** ich klientów to osoby mieszkające w najbliższej okolicy, a w rzemiosłach urody i florystycznych odsetek ten sięga **85%** (s. 73–74). Wysoki jest także udział klientów stałych – średnio **48%**, a w rzemiosłach o powtarzalnym charakterze zakupów (spożywcze, florystyczne, urody, odzieżowe) nawet 60–70%. Lojalność klientów wynika przede wszystkim z jakości produktów i usług (74%) oraz zaufania do wykonawcy (64%), a dopiero w dalszej kolejności z relacji i przyzwyczajenia (s. 74).

Pozycja konkurencyjna firm rzemieślniczych jest zróżnicowana. 8% przedsiębiorców deklaruje brak konkurencji, natomiast podobna grupa wskazuje na kilkudziesięciu konkurentów; najczęściej konkurentów jest kilku (48%) lub kilkunastu (19%) (s. 75). Co trzecia firma odczuwa konkurencję jako duże zagrożenie, choć firmy działające w niszach (np. spożywcze, produkcyjne, o wąskiej specjalizacji) częściej nie dostrzegają konkurentów.

Najważniejszymi źródłami przewagi konkurencyjnej są czynniki związane z kapitałem ludzkim: pracowitość i rzetelność (75%), talent i unikalne zdolności pracowników (65%), renoma firmy oraz szybkość realizacji zamówień (po ok. 70%) (s. 76–78). Rzadziej wskazywano na marketing, innowacyjność czy zdolność podejmowania ryzyka, a w tych obszarach rzemieślnicy oceniali się słabiej niż firmy nierzemieślnicze. Rzemiosła spożywcze i mineralne wyróżniają się szczególnie wysoką oceną jakości produktów, umiejętnością dostosowania oferty do potrzeb klienta oraz kompetencjami pracowników.

Dane dotyczące samooceny firm rzemieślniczych potwierdzają, że choć rzemieślnicy wysoko oceniają jakość swojej pracy i relacje z klientami, to jednocześnie częściej niż przedsiębiorcy nierzemieślniczy przyznają niższe noty w obszarach związanych z marketingiem, technologią, dostępem do informacji prawnej czy finansowaniem działalności (s. 79). Wskazuje to na silny etos jakości i rzetelności, ale także na ograniczenia w obszarach wymagających aktywnej ekspansji rynkowej.

KAPITAŁ LUDZKI

Wyniki badania PARP potwierdzają, że firmy rzemieślnicze funkcjonują w warunkach wyraźnego deficytu pracowników o kwalifikacjach odpowiadających potrzebom sektora. Zjawisko to jest spójne z ustaleniami

Bilansu Kapitału Ludzkiego, według którego w 2021 r. potrzeby rekrutacyjne zgłaszało 27% firm MŚP, a w budownictwie – aż 38%, co bezpośrednio dotyczy rzemiosł budowlanych (s. 80). W badaniu zasadniczym **60% rzemieślników** oceniło, że znalezienie pracownika o odpowiednich kwalifikacjach jest trudne, a co piąty uznał to za „bardzo trudne”. Podobne opinie formułowały firmy, które faktycznie prowadziły rekrutacje w ostatnich 12 miesiącach

Analiza rotacji pracowników pokazuje, że w ciągu ostatniego roku **co trzecia firma rzemieślnicza zatrudniła nowych pracowników**, 10% zwolniło pracowników, a w 14% miały miejsce dobrowolne odejścia (s. 80–81). W większości firm poziom zatrudnienia pozostał stabilny, a wzrost zatrudnienia odnotowano w ok. 10% przedsiębiorstw. Zjawiska te są silnie zależne od wielkości firmy: w firmach małych i średnich rotacja jest znacznie wyższa (47% zatrudniało, 23% zwalniało, 33% doświadczało odejść), podczas gdy jednoosobowe działalności gospodarcze charakteryzuje niemal pełna stabilność zatrudnienia. Różnice między rodzajami rzemiosł są niewielkie, poza rzemiosłami odzieżowymi i skórzanymi, gdzie częściej dochodziło do dobrowolnych odejść (34%), oraz rzemiosłami urody i stylizacji, gdzie najrzadziej zwalniano pracowników (5%).

Kompetencje pracowników oceniane są bardzo wysoko w obszarach kluczowych dla działalności rzemieślniczej: **85% firm** deklaruje pełne zadowolenie z kompetencji produkcyjnych lub usługowych (s. 81–82). Szczególnie wysokie oceny pojawiają się w firmach młodych (do 3 lat), gdzie aż 97% wskazuje na pełną satysfakcję z kompetencji produkcyjnych. Jednocześnie rzemieślnicy częściej dostrzegają braki w obszarach sprzedaży i marketingu: 25% firm zgłasza deficyty kompetencji sprzedażowych, a 31% – marketingowych, co jest spójne z wcześniejszymi ustaleniami dotyczącymi słabszej pozycji rzemiosła w obszarach ekspansji rynkowej. Lepsze oceny w tych obszarach pojawiają się w firmach działających jako spółki oraz wśród właścicieli z wyższym wykształceniem.

Aktywność szkoleniowa w firmach rzemieślniczych jest relatywnie niska. W ciągu ostatnich trzech lat **około 60% właścicieli** nie uczestniczyło w żadnej formie podnoszenia kwalifikacji, nawet w samokształceniu; podobnie wygląda sytuacja pracowników (s. 83). Najczęściej wykorzystywane formy to kursy i szkolenia wewnętrzne (21%) oraz zewnętrzne stacjonarne (19%). Właściciele najczęściej korzystają ze szkoleń zewnętrznych (23%) i samokształcenia (18%). Najbardziej aktywne szkoleniowo są rzemiosła spożywcze oraz urody, stylizacji i zdrowia, a także rzemiosła odzieżowe i skórzane. Najniższą aktywność wykazują rzemiosła mineralne, metalowe i budowlane. Wyróżniają się natomiast firmy należące do cechów i izb rzemieślniczych – wśród nich ok. 60% deklaruje udział w działaniach rozwojowych.

Najczęściej wskazywanym powodem braku aktywności szkoleniowej jest **przekonanie o braku potrzeby** (74%), co sugeruje, że wielu rzemieślników uważa swoje kompetencje za wystarczające. Drugim najczęściej wskazywanym powodem jest brak czasu (33%). Bariery finansowe (8%) i brak wiedzy o dostępnych szkoleniach (5%) mają marginalne znaczenie (s. 84). Dane te wskazują, że ograniczenia kompetencyjne w rzemiośle wynikają nie tylko z braku zasobów, ale także z niskiej świadomości potrzeby rozwoju kompetencji w obszarach innych niż stricte zawodowe.

KSZTAŁCENIE PRZYSZŁYCH RZEMIEŚLNİKÓW

zaangażowanie firm rzemieślniczych w kształcenie przyszłych kadr jest ograniczone, mimo że dualny model nauki zawodu – łączący praktykę u pracodawcy z nauką teoretyczną – jest uznawany za jedną z najbardziej efektywnych form przygotowania zawodowego (s. 85). Model ten wymaga, aby pracodawca był członkiem cechu lub izby rzemieślniczej oraz posiadał kwalifikacje instruktora praktycznej nauki zawodu. Organizacje rzemieślnicze prowadzą również własne szkoły branżowe I stopnia (40 szkół), w których kształcą się ok. 10% młodzieży uczącej się w zawodach rzemieślniczych. W badaniu uwzględniono także inne formy praktycznej nauki zawodu, takie jak zajęcia praktyczne i praktyki zawodowe.

Zainteresowanie praktyczną nauką zawodu ze strony uczniów i szkół jest jednak niewielkie. W ciągu ostatnich trzech lat tylko **13% firm** zetknęło się z zainteresowaniem ze strony uczniów, a **7%** – ze strony szkół (s. 86).

Zainteresowanie to częściej kierowane było do firm małych i średnich (20–35%), co może wynikać z większych możliwości organizacyjnych tych podmiotów. Co istotne, jeśli już pojawiało się zainteresowanie, jego skala była znacząca: 27% firm wskazało, że zgłaszało się do nich kilkunastu uczniów, a zainteresowanie ze strony osób dorosłych i szkół było jeszcze większe (50% i 45%).

Zaangażowanie firm w praktyczną naukę zawodu pozostaje jednak niskie. Tylko **14%** przedsiębiorstw kiedykolwiek organizowało jakąkolwiek formę praktycznej nauki zawodu, a w ostatnich trzech latach działania takie podjęło **11%** firm – najczęściej w formie praktyk zawodowych, najrzadziej w formie rzemieślniczego przygotowania zawodowego dla pracowników młodocianych (s. 87). Plany dotyczące organizacji praktyk w najbliższym roku deklaruje 10–13% firm, ale z wysokim stopniem pewności jedynie 4–6%. Doświadczenie w zatrudnianiu młodocianych pracowników w celu przygotowania zawodowego ma 4% firm, przy czym wśród firm zrzeszonych w cechach i izbach odsetek ten rośnie do 12%. Aż 90% firm zatrudniających młodocianych ocenia obowiązujące przepisy jako sprzyjające organizacji przygotowania zawodowego.

Najbardziej zaangażowane w kształcenie przyszłych rzemieślników są firmy zrzeszone w cechach lub izbach (38%), przedsiębiorstwa o większym zatrudnieniu (37%) oraz firmy z branż odzieżowych, spożywczych i urody (24–33%) (s. 88). Ważnym czynnikiem sprzyjającym organizacji nauki zawodu jest posiadanie przez właścicieli kwalifikacji pedagogicznych – ogółem ma je 11% rzemieślników, ale wśród członków cechów i izb odsetek ten rośnie do 38%. Mimo to większość firm nie angażuje się w kształcenie uczniów lub młodocianych, najczęściej z powodu postrzegania procedur jako zbyt sformalizowanych, braku czasu (nadmiar lub niedobór zamówień) oraz niewystarczającej wiedzy o możliwościach finansowania praktycznej nauki zawodu (s. 89).

SYTUACJA EKONOMICZNA I PERSPEKTYWY ROZWOJU

Ocena bieżącej sytuacji firm rzemieślniczych jest zbliżona do ocen formułowanych przez firmy nierzemieślnicze. W obu grupach dominuje postrzeganie sytuacji jako przeciętnej (48%), a około jedna czwarta firm ocenia ją jako dobrą, choć wymagającą poprawy (s. 91). Około 20% firm wskazuje na trudną, ale nie najgorszą sytuację, a niewielki odsetek określa się jako liderzy branżowi (5% rzemiosło, 7% firmy nierzemieślnicze). Badanie zasadnicze, przeprowadzone kilka miesięcy później, potwierdziło stabilność ocen: średnia ocena sytuacji firm rzemieślniczych wyniosła **3,7/5**, a najlepiej oceniane były rzemiosła spożywcze (4,0), najniższe – odzieżowe, drzewne i budowlane (3,5–3,6). Prognozy na dalszą część 2023 r. były umiarkowanie optymistyczne: 75% firm nie spodziewało się zmian, a wśród pozostałych dominowały oczekiwania poprawy (17% wobec 3% przewidujących pogorszenie).

Wśród czynników sprzyjających rozwojowi firm rzemieślniczych najczęściej wskazywano zasoby wewnętrzne: **bardzo dobre relacje z klientami (83%)** oraz możliwość personalizacji oferty (78%) (s. 93). Rzemieślnicy dostrzegają również korzystne trendy konsumenckie, takie jak rosnące znaczenie jakości (77%), wzrost zamożności społeczeństwa (62%), chęć wyróżniania się poprzez unikalne produkty (59%) oraz zainteresowanie oryginalnym wzornictwem i ekologią (ok. 50%). Czynniki te były także podkreślane w badaniach jakościowych PARP jako elementy poprawiające wizerunek rzemiosła.

Wśród czynników negatywnych dominują ogólne bariery prowadzenia działalności: **inflacja (85%)**, wysokie koszty działalności (84%), przepisy podatkowe (69%) i biurokracja (61%) (s. 94). Rzemieślnicy wskazują również na trudności specyficzne dla sektora: wysokie ceny produktów rzemieślniczych (51%), konkurencję cenową firm masowych (49%) oraz skutki pandemii COVID-19 (50%), które szczególnie dotknęły branże wymagające bezpośredniego kontaktu z klientem.

Analiza przychodów pokazuje, że ponad 60% firm rzemieślniczych utrzymało w 2022 r. przychody na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego, 20% odnotowało wzrost, a 14% – spadek (s. 96). Ujemna dynamika przychodów była w rzemiosle częstsza niż wśród firm nierzemieślniczych (14% wobec 5%). Dane te należy jednak interpretować ostrożnie ze względu na wysoki odsetek odmów odpowiedzi (ok. 60%).

W zakresie zarządzania strategicznego rzemieślnicy rzadko deklarują posiadanie strategii rozwoju – jedynie **26%** firm ma sformułowaną strategię, a jeszcze mniej posiada ją w formie pisemnej (s. 97). Strategię części mają firmy małe i średnie (59%), przedsiębiorstwa zrzeszone w cechach lub izbach (50%) oraz spółki handlowe (45%).

INWESTYCJE ZREALIZOWANE W OSTATNICH TRZECH LATACH I PLANY INWESTYCYJNE

Wyniki badania PARP pokazują, że firmy rzemieślnicze wykazują stosunkowo wysoką aktywność inwestycyjną, choć jej intensywność różni się między branżami. Najczęściej realizowanym działaniem była **modernizacja warsztatu rzemieślniczego**, którą przeprowadziła **co druga firma** (s. 107). Inwestycje te obejmowały zarówno zakup pojedynczych narzędzi, jak i kompleksowe wyposażenie zakładu, zwłaszcza w firmach nowo powstałych. Co trzecie przedsiębiorstwo wprowadziło w ostatnich trzech latach **nowe produkty lub usługi**, a podobny odsetek zatrudnił nowych pracowników. Rzadziej modernizowano procesy biznesowe: nowe metody sprzedaży lub promocji wdrożyła co czwarta firma, a zmiany w logistyce i zarządzaniu – co piąta. Łącznie **68% firm** zrealizowało przynajmniej jedno działanie inwestycyjne, natomiast 32% nie wykazało żadnej aktywności w tym zakresie. Najbardziej aktywne były rzemiosła spożywcze (81%), spółki oraz firmy młode (do 3 lat), a najmniej – rzemiosła mineralne, florystyczne i drzewne.

Zdecydowana większość inwestycji była finansowana ze **środków własnych** przedsiębiorców (s. 108). W około 10% firm wykorzystywano środki mieszane (publiczne i prywatne) lub wyłącznie publiczne. Z finansowania publicznego najczęściej korzystali przedstawiciele rzemiosł odzieżowych, włókienniczych i skórzanym (45%) oraz drzewnym (33%), a także firmy o profilu produkcyjnym (21%).

Część firm rzemieślniczych wdraża rozwiązania charakterystyczne dla **Przemysłu 4.0**, takie jak cyfryzacja, automatyzacja czy nowoczesne wzornictwo (s. 108–109). W co trzeciej firmie inwestycje dotyczyły automatyzacji procesów lub nowoczesnego designu, a w co czwartej – cyfryzacji (technologie informatyczne, marketing internetowy). Najbardziej inwestowano w rozwiązania związane z gospodarką o obiegu zamkniętym (ok. 16%). Firmy produkcyjne i produkcyjno-usługowe były bardziej aktywne we wszystkich tych obszarach niż firmy usługowe. Różnice branżowe są wyraźne: technologie informatyczne częściej wdrażały rzemiosła grafiki, druku i fotografii (46%), spożywcze (41%) oraz „pozostałe” (36%); automatyzacja była domeną rzemiosł „pozostałych”; nowoczesne wzornictwo najczęściej rozwijały rzemiosła odzieżowe, mineralne i florystyczne (64–66%); a działania związane z efektywnym wykorzystaniem surowców – rzemiosła spożywcze (32%).

Plany inwestycyjne na najbliższe trzy lata są zbliżone kierunkowo do działań już zrealizowanych, choć deklarowane nieco rzadziej (14–37%). Łącznie **59% firm** planuje podjąć przynajmniej jedno działanie inwestycyjne. Najczęściej planowane są zakupy narzędzi, urządzeń i maszyn, zwłaszcza w rzemiosłach „pozostałych” (51%) i budowlanych (46%).

KORZYSTANIE ZE WSPARCIA PUBLICZNEGO

Wyniki badania PARP pokazują, że firmy rzemieślnicze w ograniczonym stopniu korzystały z dostępnych form wsparcia publicznego w ostatnich trzech latach. Najczęściej wskazywanymi instrumentami były **zwolnienia ze składek ZUS, ulgi i zwolnienia podatkowe** oraz **bezzwrotne subwencje i dotacje**, przy czym rozwiązania te częściej wykorzystywali przedstawiciele rzemiosł spożywczych (s. 110). Można przypuszczać, że były to głównie instrumenty Tarczy Antykryzysowej związanej z pandemią COVID-19, choć skala korzystania okazała się stosunkowo niewielka – nawet najczęściej wskazywane zwolnienia ze składek ZUS nie przekroczyły 30%. Może to wynikać z braku kwalifikacji firm do wsparcia, niewystarczającej wiedzy o dostępnych instrumentach lub niechęci do ujawniania informacji o korzystaniu z pomocy publicznej.

Co dziesiąta firma rzemieślnicza uczestniczyła w projektach finansowanych z programów unijnych, a 7% korzystało z dofinansowanych usług szkoleniowo-doradczych (s. 110). Wyraźnie częściej po takie formy wsparcia sięgały firmy zrzeszone w cechach lub izbach rzemieślniczych – 19% z nich uczestniczyło w projektach unijnych, a 15% korzystało z usług szkoleniowo-doradczych, podczas gdy wśród firm niezrzeszonych odsetki te

wynosiły odpowiednio 8% i 4%. Firmy zrzeszone częściej korzystały również z pożyczek niekomercyjnych (17% wobec 6%) oraz poręczeń i gwarancji (12% wobec 3%). Dane te sugerują, że organizacje samorządu gospodarczego rzemiosła pełnią ważną rolę w ułatwianiu dostępu do informacji o dostępnych instrumentach wsparcia oraz w realizacji projektów unijnych, z których korzystają ich członkowie.

Plany dotyczące korzystania ze wsparcia publicznego w najbliższej przyszłości deklaruje **8% firm rzemieślniczych**, przy czym częściej są to przedsiębiorstwa zrzeszone w stowarzyszeniach i fundacjach związanych z rzemiosłem (15%) (s. 111). Największym zainteresowaniem cieszą się projekty realizowane w ramach programów unijnych, co wskazuje na rosnącą świadomość możliwości rozwojowych wynikających z funduszy europejskich.

SEGMENTACJA FIRM RZEMIEŚLNICZYCH

Na podstawie analizy klas latentnych wyróżniono pięć segmentów firm rzemieślniczych, różniących się kondycją rynkową, aktywnością prorozwojową i orientacją strategiczną (s. 112). Segmentacja uwzględniła m.in. ocenę sytuacji firmy, fazę życia firmy i branży, dynamikę przychodów, posiadanie strategii, aktywność inwestycyjną, cele na bieżący rok oraz obecność w internecie.

Wojownicy (39%)

Wojownicy to najliczniejszy segment, obejmujący firmy o **niestabilnej kondycji ekonomicznej**, często zmagające się ze spadkiem przychodów, ale jednocześnie wykazujące **wysoką aktywność prorozwojową** (s. 113–114). Ich cele koncentrują się na utrzymaniu się na rynku i zachowaniu płynności finansowej, jednak mimo trudności inwestują w modernizację warsztatu i rekrutują pracowników (częściej w celu uzupełnienia braków kadrowych niż zwiększenia zatrudnienia). Mają również wyraźne plany na kolejne lata, głównie dotyczące wprowadzania nowych produktów i dalszych inwestycji. Segment wyróżnia się także większą skłonnością do zrzeszania się w organizacjach rzemiosła oraz częstszym dostrzeganiem potrzeby podnoszenia kompetencji, zwłaszcza w marketingu i sprzedaży. Branżowo dominują rzemiosła budowlane (30%) i metalowe (13%).

Bierni kontynuatorzy (36%)

Bierni kontynuatorzy to drugi liczny segment, charakteryzujący się **niską aktywnością rozwojową** i ograniczonymi ambicjami inwestycyjnymi (s. 114–115). Choć ich sytuacja ekonomiczna jest umiarkowanie stabilna, rzadko zatrudniają pracowników, nie inwestują, nie planują działań rozwojowych i rzadko posiadają strategię. Często nie mają sprecyzowanych celów na najbliższy rok, a właściciele rzadko podnoszą kwalifikacje. W tej grupie częściej niż w innych segmentach pojawiają się firmy i branże w fazie schyłku. Segment jest zdominowany przez rzemiosła budowlane (40%) i jednoosobowe działalności gospodarcze (90%), działające głównie lokalnie.

Zdobywcy (10%)

Zdobywcy to segment firm o **wyraźnej orientacji na wzrost**, nastawionych na pozyskiwanie nowych klientów i zwiększanie sprzedaży (s. 115–116). Ich sytuacja jest oceniana jako dobra, a dynamika przychodów częściej dodatnia. W ostatnich latach często zatrudniali pracowników, choć rzadziej inwestowali w inne obszary poza zakupem narzędzi i maszyn. Plany na przyszłość są umiarkowane, z wyjątkiem kontynuacji rekrutacji. Segment wyróżnia się częstszym posiadaniem strategii oraz relatywnie młodym wiekiem właścicieli (średnio 42 lata). Branżowo dominują rzemiosła budowlane (40%), urody i stylizacji (18%) oraz spożywcze (18%).

Prymusi (8%)

Prymusi to najbardziej zaawansowany i najbardziej „dojrzały” segment, wyróżniający się **najlepszą kondycją rynkową i najwyższą aktywnością rozwojową** (s. 116–117). Firmy te deklarują bardzo dobrą sytuację, powszechny wzrost przychodów, posiadanie strategii, szeroki zestaw celów oraz intensywną aktywność

inwestycyjną. Właściciele często podnoszą kwalifikacje, a firmy planują dalszy rozwój. Segment jest zdominowany przez rzemiosła „pozostałe” (35%) i spożywcze (32%), działa częściej w formie spółek (46%) i zatrudnia najwięcej pracowników (średnio 7). Aż 83% prymusów należy do cechów lub izb, a 80% właścicieli posiada tytuł mistrza lub czeladnika.

Ostrożni (7%)

Ostrożni to niewielki segment firm o **zróznicowanej ocenie sytuacji**, mimo częstych wzrostów przychodów i postrzegania siebie jako firm w fazie rozwoju (s. 117–118). W ostatnich latach prowadziły intensywne działania inwestycyjne, w tym rzadko spotykane innowacje procesów biznesowych, jednak ich plany na przyszłość są bardzo ograniczone — niemal na poziomie biernych kontynuatorów. W prognozach na 2023 rok są podzieleni: częściej niż inne segmenty przewidują zarówno poprawę, jak i pogorszenie sytuacji. Pod względem podnoszenia kwalifikacji i posiadania strategii wypadają słabo. Branżowo dominują rzemiosła budowlane (33%) i spożywcze (25%), a 40% firm należy do cechów lub izb.

1.6.1 PROGNOZY NA 2026 ROK⁶⁸

Prognozy gospodarcze na rok 2026 wskazują na okres umiarkowanego, ale stabilnego wzrostu. Oczekuje się, że inflacja pozostanie pod kontrolą, co poprawi przewidywalność kosztów prowadzenia działalności, szczególnie ważną dla rzemieślników wrażliwych na zmiany cen energii i surowców. Popyt krajowy będzie stopniowo odbudowywany dzięki wzrostowi realnych dochodów, a konsumenci chętniej zapłacą za jakość, trwałość i lokalność — cechy charakterystyczne dla rzemiosła. Jednocześnie utrzyma się wysoka presja płacowa, co wymusi na firmach poprawę efektywności i organizacji pracy.

W ujęciu makroekonomicznym przewidywany wzrost PKB wyniesie ok. 2,8–3,5 proc., a bezrobocie pozostanie niskie (5,0–5,5 proc.), choć będzie wynikać głównie z niedopasowania kompetencyjnego, a nie braku miejsc pracy. Inflacja ustabilizuje się na poziomie 2,5–3 proc., co sprzyja planowaniu inwestycji, choć wymaga ostrożności kosztowej. Łącznie wskaźniki te sugerują rok względnej równowagi — bez gwałtownych przyspieszeń, ale też bez ryzyka recesji.

Środowisko geopolityczne pozostanie niestabilne, lecz bardziej przewidywalne niż w poprzednich latach. Firmy będą kontynuować skracanie łańcuchów dostaw i wzmacnianie współpracy lokalnej. Wahania cen energii i surowców nadal będą wyzwaniem, co zwiększy znaczenie inwestycji w efektywność energetyczną.

Najpoważniejszym, choć mniej spektakularnym wyzwaniem stanie się demografia. Starzenie się społeczeństwa i niedobór wykwalifikowanych pracowników szczególnie dotkną rzemiosło. Przewagę zyskają firmy, które już wcześniej inwestowały w szkolenie uczniów, współpracę ze szkołami branżowymi i poprawę warunków pracy. Coraz większą rolę odegra aktywizacja osób 50+ oraz migracja zarobkowa.

Technologia w 2026 roku nie wywoła rewolucji, ale stanie się powszechnym standardem — cyfryzacja dokumentów, proste systemy zarządzania, automatyzacja wybranych procesów i wykorzystanie AI będą coraz bardziej dostępne także dla małych firm. Technologia nie zastąpi fachowców, ale odciąży ich od rutynowych zadań i poprawi organizację pracy.

Całościowo rok 2026 zapowiada się jako czas „rozsądnego realizmu”: umiarkowanego wzrostu, konieczności ostrożnego zarządzania kosztami i rosnącej roli jakości, solidności i kompetencji — wartości, które od zawsze stanowią fundament rzemiosła.

1.7 BARIERY I WYZWANIA ROZWOJOWE RZEMIOSŁA

⁶⁸Za publikacją: [Między niepewnością a fachowością. Prognoza na 2026 rok | Związek Rzemiosła Polskiego](#)

BARIERY FINANSOWE

Niestabilność finansowa i ograniczona płynność

Kondycja ekonomiczna sektora rzemiosła jest oceniana jako umiarkowanie pozytywna, jednak znaczna część firm zmaga się z poważnymi trudnościami finansowymi⁶⁹. Aż **31% rzemieślników koncentruje swoje cele krótkoterminowe wyłącznie na utrzymaniu płynności finansowej**, a 36% – na przetrwaniu na rynku. Dane te potwierdzają, że duża część zakładów funkcjonuje w warunkach permanentnej walki o byt⁷⁰. Problemy te są szczególnie dotkliwe dla rzemiosła jako segmentu o mniejszej sile rynkowej i kapitałowej. W 2022 roku **ujemna dynamika przychodów była wśród rzemieślników trzykrotnie częstsza niż w firmach nierzemieślniczych**⁷¹.

Ograniczony dostęp do kapitału zewnętrznego

Kluczową barierą rozwojową jest utrudniony dostęp do finansowania zewnętrznego. Aż **89% inwestycji w rzemiośle finansowanych jest wyłącznie ze środków własnych** właścicieli⁷². Rzemieślnicy oceniają dostępność kredytów i pożyczek znacznie gorzej niż firmy nierzemieślnicze. Wskazują na:

- **bariery proceduralne,**
- **przewlekłość procesów decyzyjnych,**
- **brak zrozumienia specyfiki rzemiosła przez banki.**

Aż **29% przedsiębiorców** deklaruje, że instytucje finansowe nie rozumieją charakteru rzemieślniczych modeli biznesowych ani ich cykli inwestycyjnych⁷³.

Wysokie koszty działalności i presja makroekonomiczna

Obecna sytuacja makroekonomiczna generuje gwałtowny wzrost kosztów prowadzenia działalności. Aż **84% rzemieślników** wskazuje na rosnące koszty operacyjne, a najsilniejszymi negatywnymi czynnikami są **inflacja (85%)** oraz **drastyczne podwyżki cen energii i surowców**. Zjawiska te znacząco ograniczają możliwości akumulacji kapitału i inwestowania w rozwój. Dodatkowym obciążeniem są rosnące koszty pracy, presja płacowa oraz wysokie koszty administracyjne i podatkowe, które w sposób strukturalny ograniczają zdolność firm do inwestowania⁷⁴.

Wysoki próg wejścia finansowego i koszty modernizacji

⁶⁹ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 11,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf parp.gov.pl in Bing.

⁷⁰ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 12

Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025,

<https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 31.

⁷¹ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 12, 120.

⁷² Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 14.

⁷³ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 78, 92

Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025,

<https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 72–73.

⁷⁴ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023,

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 94

prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 17.

Poważnym wyzwaniem inwestycyjnym jest bardzo wysoki **próg wejścia finansowego w zawód** oraz koszty modernizacji warsztatów, które często przekraczają możliwości małych podmiotów⁷⁵. Co trzeci rzemieślnik dostrzega pilną potrzebę wymiany maszyn na nowsze, jednak ceny specjalistycznych urządzeń — takich jak profesjonalne kombajny szewskie (od 10 tys. zł) czy zaawansowane skanery przemysłowe — stanowią barierę trudną do pokonania bez wsparcia publicznego⁷⁶.

Ograniczenia w finansowaniu kształcenia zawodowego

Sytuację dodatkowo pogarszają regulacje z 2024 roku, które wprowadziły **maksymalny limit wydatków z Funduszu Pracy na dofinansowanie kosztów kształcenia młodocianych pracowników**. Ograniczenie to uderza w ekonomiczne podstawy rzemieślniczego systemu przygotowania zawodowego, szczególnie w małych zakładach⁷⁷.

BARIERY REGULACYJNE

Niestabilność prawa i obciążenia podatkowe

Otoczenie regulacyjne i podatkowe pozostaje jednym z najpoważniejszych źródeł niepewności dla przedsiębiorców rzemieślników. Blisko **85% właścicieli firm rodzinnych deklaruje, że prawo w Polsce nie sprzyja rozwojowi ich przedsiębiorstw**⁷⁸. Szczególnie dotkliwie jest skomplikowanie systemu podatkowego — polscy przedsiębiorcy poświęcają średnio **334 godziny rocznie** na realizację obowiązków fiskalnych, co znacząco odbiega od standardów europejskich⁷⁹.

Nieprecyzyjna definicja rzemiosła i problemy klasyfikacyjne

Poważnym utrudnieniem o charakterze systemowym jest fakt, że **ustawa o rzemiośle nie zawiera urzędowego wykazu zawodów rzemieślniczych**, posługując się jedynie definicją negatywną — wskazując, czym rzemiosło nie jest⁸⁰. Taka konstrukcja prawna prowadzi do licznych komplikacji klasyfikacyjnych. W branży spożywczej **piekarz i cukiernik są uznawani za rzemieślników, podczas gdy kucharz już nie**, mimo podobieństwa kompetencji i charakteru pracy⁸¹.

Koszty lokalne i obciążenia samorządowe

Znaczącym ograniczeniem rozwoju rzemiosła są również **wysokie koszty lokalne wynikające z regulacji samorządowych**, obejmujące m.in.:

- wysokie podatki od nieruchomości,

⁷⁵ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 27.

⁷⁶ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 101

D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 39.

⁷⁷ *Co dalej z reformą oświaty zawodowej i rynku pracy?*, Związek Rzemiosła Polskiego, 2025, <https://zrp.pl/co-dalej-z-reforma-oswiaty-zawodowej-i-rynku-pracy/>.

⁷⁸ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 32.

prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 17.

⁷⁹ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 31.

⁸⁰ Maciej Prószyński, *Rozwój zawodowy rzemieślników*, „Polityka Społeczna”, nr 3, 2014, <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-1d589fbf-7d92-4c40-8c68-2aa17626536a>, s. 15.

⁸¹ Maciej Prószyński, *Rozwój zawodowy rzemieślników*, „Polityka Społeczna”, nr 3, 2014, <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-1d589fbf-7d92-4c40-8c68-2aa17626536a>,

- opłaty za użytkowanie wieczyste,
- rosnące czynsze za lokale użytkowe będące we władaniu gmin.

Obciążenia te szczególnie dotyczą mikro- i małe zakłady rzemieślnicze, które często funkcjonują w centrach miast lub w lokalach o historycznym charakterze⁸².

Regulacje dotyczące kształcenia zawodowego

W obszarze kształcenia kadr rzemiosło stoi przed poważnym wyzwaniem związanym z nowelizacją z 2024 roku, która wprowadziła **maksymalny limit wydatków z Funduszu Pracy** na dofinansowanie kosztów kształcenia pracowników młodocianych⁸³. Ograniczenie to może znacząco osłabić ekonomiczne fundamenty dualnego systemu kształcenia, szczególnie w małych zakładach. Pozytywnym impulsem regulacyjnym było natomiast przyjęcie w maju 2025 roku **Pierwszego Pakietu Deregulacyjnego**, który rozszerzył definicję rzemieślnika o spółki kapitałowe oraz zniósł wymóg posiadania kwalifikacji przez wszystkich współników⁸⁴. Mimo tych zmian, **brak obowiązku przynależności do organizacji rzemieślniczych** nadal prowadzi do rozproszenia sektora i utrudnia utrzymanie jednolitych standardów jakości⁸⁵.

BARIERY KADROWE I SUKCESYJNE (DEMOGRAFIA)

Starzenie się kadr i niedobór pracowników

Sektor rzemiosła oraz firm rodzinnych w Polsce znajduje się w punkcie krytycznym, w którym **bariery demograficzne i kadrowe** bezpośrednio zagrażają ciągłości międzypokoleniowej. Zjawisko starzenia się kadr mistrzowskich ma charakter systemowy — szacuje się, że około **520 tys. przedsiębiorców rzemieślników wpisanych do CEIDG ukończyło już 60. rok życia**, a 228 tys. przekroczyło 65 lat⁸⁶. Jednocześnie rynek pracy nie zapewnia odpowiedniej podaży nowych pracowników. Aż **45% przedsiębiorców zgłasza trudności rekrutacyjne wynikające z całkowitego braku kandydatów**, a 30% wskazuje na niespełnianie przez nich podstawowych wymagań kwalifikacyjnych⁸⁷. W wielu branżach rzemieślniczych luka pokoleniowa staje się barierą o charakterze strukturalnym, prowadząc do stopniowego zanikania kompetencji zawodowych.

Niedopasowanie systemu edukacji i zanikanie zawodów

Poważnym problemem jest niedostosowanie systemu edukacji branżowej do realnych potrzeb rynku. Spadek liczby uczniów, ograniczona oferta szkolnictwa zawodowego oraz erozja etosu pracy organicznej prowadzą do **zanikania tradycyjnych profesji**. W niektórych zawodach proces ten osiągnął poziom alarmowy — w zegarmistrzostwie egzaminy czeladnicze zdaje obecnie średnio **zaledwie cztery osoby rocznie w skali kraju**⁸⁸. Dodatkowym obciążeniem są **rosnące koszty płac i narzuty podatkowe**, które w małych zakładach

⁸² Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, *Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących*, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 9.

⁸³ *Co dalej z reformą oświaty zawodowej i rynku pracy?*, Związek Rzemiosła Polskiego, 2025, <https://zrp.pl/co-dalej-z-reforma-oswiaty-zawodowej-i-ryнку-pracy/>.

⁸⁴ *Ważne zmiany w Ustawie o Rzemiosle i Prawie Oświatowym*, Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Branży Spożywczej, 2025, <https://cech-spozywczy.pl/aktualnosci/wazne-zmiany-w-ustawie-o-rzemiosle-i-prawie-oswiatowym/>.

⁸⁵ Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, *Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących*, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 9.

⁸⁶ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 19

⁸⁷ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 21.

⁸⁸ Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, *Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących*, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 10.

uniemożliwiają oferowanie wynagrodzeń konkurencyjnych wobec dużych korporacji⁸⁹. W efekcie rzemiosło przegrywa walkę o młodych pracowników zarówno finansowo, jak i wizerunkowo.

Brak planowania sukcesji i bariery psychologiczne

W obszarze sukcesji największą barierą jest **brak sformalizowanego planowania oraz odkładanie decyzji na przyszłość**. Choć 71% właścicieli posiada dzieci, które mogłyby przejąć firmę, jedynie **15% przedsiębiorstw dysponuje spisanim planem sukcesji**, a aż 37% nie wskazało żadnego następcy⁹⁰. Proces sukcesyjny blokują przede wszystkim czynniki psychologiczne, takie jak:

- **strach nestorów przed utratą kontroli i tożsamości,**
- obawa przed zmianą modelu zarządzania,
- brak zaufania do kompetencji sukcesora.

Te mechanizmy sprawiają, że decyzje sukcesyjne są odwlekane, a firmy pozostają w stanie „zawieszenia”, co utrudnia ich rozwój i profesjonalizację⁹¹.

Konflikty rodzinne i wąskie gardła decyzyjne

Kolejnym wyzwaniem są **konflikty rodzinne związane z prowadzeniem biznesu**, które deklaruje 18% badanych firm. Trudności z oddzieleniem sfery prywatnej od zawodowej prowadzą do napięć, utrudniających podejmowanie decyzji strategicznych⁹². W 36% firm decyzje strategiczne podejmuje wyłącznie nestor, co — przy postępującym wypaleniu zawodowym liderów pierwszego pokolenia — tworzy tzw. „**wąskie gardło rozwoju organizacji**”⁹³. Brak sformalizowanego ładu rodzinnego sprawia, że procesy te trwają latami, a w przypadku zdarzeń losowych przedsiębiorstwa są narażone na paraliż decyzyjny lub konieczność likwidacji⁹⁴.

BARIERY TECHNOLOGICZNE

Wysokie koszty inwestycji technologicznych

Wdrażanie nowoczesnych technologii w rzemiosło staje się warunkiem utrzymania konkurencyjności, jednak proces ten napotyka na poważne bariery finansowe. Najważniejszą z nich są **bardzo wysokie koszty zakupu specjalistycznego parku maszynowego**, które wielokrotnie przekraczają możliwości małych zakładów⁹⁵. Rzemieślnicy podkreślają, że o ile podstawowe urządzenia można nabyć za kilka tysięcy złotych, o tyle sprzęt umożliwiający realną konkurencję z markami globalnymi — np. **zaawansowane skanery 3D, stacje robocze, systemy automatyzacji** — to wydatek rzędu **100–200 tys. zł**⁹⁶. Dla wielu firm bariera ta jest nie do pokonania bez wsparcia publicznego, co w praktyce spowalnia proces technologicznego unowocześniania sektora.

Niskie kompetencje cyfrowe i wykluczenie technologiczne

⁸⁹ dr hab. Jacek Lipiec / Małgorzata Kuik, *Wyzwania firm rodzinnych w 2024 roku*, „Gazeta SGH”, 2024, <https://gazeta.sgh.waw.pl/meritum/wyzwania-firm-rodzinnych-w-2024-roku>.

⁹⁰ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 43, 98.

⁹¹ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 43.

⁹² Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 39, 49.

⁹³ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 37, 39.

⁹⁴ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 100, 121.

⁹⁵ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 121.

⁹⁶ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 61.

Kolejnym krytycznym wyzwaniem jest **niski poziom kompetencji cyfrowych** oraz brak wiedzy technicznej, co prowadzi do narastającego zjawiska wykluczenia cyfrowego wśród rzemieślników⁹⁷. Ponad połowa właścicieli firm rodzinnych (54%) ocenia swoje przygotowanie do digitalizacji jako zaledwie średnie, a wdrażanie technologii ma często charakter **fragmentaryczny, nieskoordynowany i pozbawiony strategicznego planowania**⁹⁸. Bariery są również brak czasu na naukę oraz szybkie tempo zmian technologicznych — szczególnie w branżach takich jak robotyka, automatyka czy informatyka — które wymuszają **stałe, kosztowne kształcenie**⁹⁹.

Niedostosowanie edukacji zawodowej do wymogów Przemysłu 4.0

Problemem o charakterze systemowym jest **niedostosowanie edukacji zawodowej do realiów Przemysłu 4.0**. W wielu szkołach branżowych nowoczesny sprzęt — np. drukarki 3D, plotery laserowe czy skanery optyczne — jest niedostępny dla uczniów, ponieważ:

- bywa zamknięty na zapleczach,
- jest niesprawny,
- brakuje wykwalifikowanej kadry technicznej zdolnej do jego obsługi i konserwacji¹⁰⁰.

W efekcie młodzi adepci rzemiosła nie mają możliwości zdobywania kompetencji odpowiadających współczesnym standardom technologicznym.

Opór psychologiczny i bariery kulturowe

Starsze pokolenia mistrzów często wykazują **opór psychologiczny przed automatyzacją**, obawiając się:

- utraty unikalnego, ręcznego charakteru pracy,
- obniżenia jakości wyrobów,
- negatywnego wpływu elektronarzędzi na zdrowie i komfort pracy.

Zjawisko to jest szczególnie widoczne w zawodach o silnej tradycji manualnej¹⁰¹. Bariery mentalne spowalniają adaptację technologii, nawet gdy ich wdrożenie mogłoby poprawić efektywność i bezpieczeństwo pracy.

Niska cyberodporność i zagrożenia bezpieczeństwa danych

Współczesne rzemiosło musi również mierzyć się z **niską cyberodpornością** oraz rosnącym ryzykiem cyberataków, które dla małych firm mogą oznaczać paraliż operacyjny¹⁰². Brak środków na nowoczesne systemy zabezpieczeń, niewystarczająca wiedza o ochronie danych oraz brak procedur bezpieczeństwa stanowią poważne ryzyko przy przenoszeniu działalności do sfery e-commerce¹⁰³.

BARIERY W DOSTĘPIE DO INFORMACJI I WSPARCIA

⁹⁷ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 49, 52.

⁹⁸ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 80.

⁹⁹ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 60.

¹⁰⁰ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 61.

¹⁰¹ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 52.

¹⁰² prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 51–52.

¹⁰³ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 32.

Brak wiedzy o dostępnych instrumentach wsparcia

Jedną z najistotniejszych barier rozwojowych rzemiosła jest **ograniczony dostęp do rzetelnej informacji** o dostępnych źródłach finansowania oraz instrumentach wsparcia publicznego. W efekcie wielu przedsiębiorców nie podejmuje prób pozyskania środków zewnętrznych, mimo że mogłyby one znacząco poprawić ich sytuację ekonomiczną¹⁰⁴. Badania wskazują, że stosunkowo niewielka skala korzystania z rozwiązań takich jak **Tarcza Antykryzysowa** mogła wynikać z braku wiedzy o zasadach kwalifikacji lub niepewności, czy dana firma spełnia warunki wsparcia¹⁰⁵. Dodatkowym ograniczeniem jest brak czasu na wyszukiwanie informacji o szkoleniach, kursach i programach rozwojowych, co w praktyce zmniejsza zdolność firm do podnoszenia kompetencji¹⁰⁶.

Niedopasowanie oferty doradczej i instytucjonalnej

Poważnym problemem jest **niedopasowanie rynkowej oferty doradczej** do specyfiki małych, często rodzinnych firm rzemieślniczych. Przedsiębiorcy wskazują, że dostępne usługi doradcze są zbyt ogólne, nieodpowiadające ich skali działania i realnym potrzebom. Aż **29% badanych** uważa, że instytucje finansowe i doradcze nie rozumieją rzemieślniczych modeli zarządzania, specyfiki pracy warsztatowej ani procesów sukcesji¹⁰⁷. Zamiast partnerskiego prowadzenia przez procesy transformacji — np. cyfryzację, automatyzację czy zmianę modelu biznesowego — doradcy często oferują **gotowe, szablonowe „produkty”**, które nie odpowiadają na realne wyzwania rzemieślników¹⁰⁸.

Słaby przepływ informacji w strukturach rzemiosła

Kolejną barierą jest **niewystarczająca komunikacja wewnętrzna** w środowisku rzemieślniczym. Słaby przepływ informacji pomiędzy organizacjami nadrzędnymi a terenowymi strukturami rzemiosła negatywnie wpływa na:

- atrakcyjność kształcenia zawodowego,
- promocję potwierdzania kwalifikacji,
- dostęp do aktualnych informacji o programach wsparcia,
- jakość nadzoru nad procesami szkoleniowymi.

Problemy te zostały jednoznacznie zidentyfikowane jako **jedna z głównych słabych stron sektora**¹⁰⁹.

Niechęć do instytucji publicznych i bariery psychologiczne

Istotną przeszkodą o charakterze psychologicznym jest **niechęć rzemieślników do kontaktu z instytucjami publicznymi**, określana przez niektórych jako „alergia na pomoc państwa”. Wynika ona z:

- negatywnych doświadczeń z przeszłości,
- obawy przed nadmierną biurokracją,
- sformalizowanymi procedurami,
- restrykcyjnymi wymogami rozliczeniowymi.

¹⁰⁴ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 60.

¹⁰⁵ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 110.

¹⁰⁶ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 84.

¹⁰⁷ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 73.

¹⁰⁸ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 31.

¹⁰⁹ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>.

Zjawisko to skutecznie zniechęca do korzystania z dostępnych instrumentów wsparcia¹¹⁰.

Brak spójnych danych i badań o rzemiośle

Ekspertki zwracają uwagę na **lukę informacyjną** wynikającą z braku spójnych badań i danych statystycznych dotyczących skali aktywności gospodarczej rzemiosła. Obecna sprawozdawczość koncentruje się niemal wyłącznie na działalności oświatowej, co utrudnia:

- projektowanie polityk publicznych,
- ocenę potrzeb inwestycyjnych,
- monitorowanie trendów rynkowych,
- planowanie działań rozwojowych¹¹¹.

BARIERY WIZERUNKOWE (SPOŁECZNO-KULTUROWE)

Utrwalone stereotypy i zniekształcony obraz rzemiosła

Współczesne rzemiosło zmaga się z głęboko zakorzenionym **stereotypem „skansenu”**, zgodnie z którym tradycyjne zawody postrzegane są jako relikty przeszłości, wykonywane przy użyciu przestarzałych metod. W percepcji społecznej pojęcie rzemiosła bywa dodatkowo **zawężane wyłącznie do rękodziela ludowego**, co prowadzi do nieporozumień, a nawet zakłopotania w kontaktach z klientami i instytucjami¹¹². Na negatywny wizerunek wpływa również wciąż żywe w polskiej kulturze **pejoratywne określenie „prywaciarz”**, które obciąża rzemieślników historycznym stereotypem nieuczciwości i „dorabiania się kosztem innych”¹¹³.

Deprecjacja szkolnictwa zawodowego i spadek prestiżu zawodów

Jednym z najpoważniejszych wyzwań jest **wieloletnia deprecjacja szkolnictwa zawodowego**, które w opinii publicznej uchodzi za edukację „drugiej kategorii”, przeznaczoną dla osób mniej uzdolnionych¹¹⁴.

Negatywny wizerunek szkół branżowych skutkuje **niskim zainteresowaniem młodzieży nauką zawodu**, co prowadzi do drastycznego spadku liczby uczniów oraz mistrzów angażujących się w szkolenie kadr¹¹⁵.

Zawłaszczanie marki rzemiosła i poczucie „gorszości”

Poważnym problemem jest zjawisko **„zawłaszczania” marki rzemiosła przez firmy masowe**, które wykorzystują określenia rzemieślnicze w celach marketingowych, nie mając nic wspólnego z rzeczywistymi metodami wytwarzania. Jednocześnie sami rzemieślnicy często przejawiają **poczucie „gorszości”** i nie doceniają własnych kwalifikacji. Badania pokazują, że oceniają oni swoją renomę oraz unikalność produktów **gorzej niż**

¹¹⁰ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 60.

¹¹¹ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosła 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 55.

¹¹² A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 18, 34.

¹¹³ Maciej Prószyński, *Rozwój zawodowy rzemieślników*, „Polityka Społeczna”, nr 3, 2014, <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-1d589fbf-7d92-4c40-8c68-2aa17626536a>.

¹¹⁴ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 18, 20, 37
Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 122.

¹¹⁵ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stępnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 78
Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 18.

przedsiębiorstwa nierzemieślnicze, mimo że to właśnie rzemiosło odpowiada za znaczną część wysokiej jakości produkcji lokalnej¹¹⁶.

Zanikanie widoczności rzemiosła w przestrzeni publicznej

Barierzy wizerunkowe potęguje **zanikanie fizycznej obecności warsztatów w tkance miejskiej**. Wysokie czynsze i koszty utrzymania lokali sprawiły, że tradycyjne pracownie zniknęły z głównych ulic, przenosząc się na zaplecza, podwórza lub do prywatnych posesji. W efekcie rzemiosło staje się „niewidoczne” dla klientów, co utrudnia budowanie prestiżu i rozpoznawalności¹¹⁷.

Brak spójnej reprezentacji i jednolitych standardów

W Polsce nie istnieje **obowiązek przynależności do organizacji rzemieślniczych**, co utrudnia budowanie silnej, spójnej marki sektora. Rozproszenie środowiska prowadzi do:

- braku jednolitych standardów jakości,
- słabszej pozycji negocjacyjnej wobec administracji,
- ograniczonej zdolności do prowadzenia kampanii wizerunkowych,
- trudności w reprezentowaniu interesów rzemiosła na poziomie krajowym¹¹⁸.

BARIERY RYNKOWE WYNIKAJĄCE Z GLOBALIZACJI I TRANSFORMACJI EKOLOGICZNEJ

Presja globalnej konkurencji i masowej produkcji

W warunkach globalizacji polskie rzemiosło mierzy się z silną presją konkurencyjną ze strony **masowej produkcji oraz nieograniczonego importu tanich towarów z rynków azjatyckich i wschodnich**. Produkty te, dzięki niskim kosztom pracy i ogromnej skali działania, trafiają na rynek w cenach całkowicie nieosiągalnych dla małych warsztatów¹¹⁹. Konkurencja cenowa wymusza na rzemieślnikach **uniwersalizację i standaryzację usług**, co stoi w sprzeczności z tradycyjnym etosem unikatowości i rękodzielniczej jakości. Jednocześnie globalne korporacje, dysponujące kapitałem i zapleczem technologicznym, szybciej wdrażają innowacje, spychając rzemiosło do nisz rynkowych¹²⁰.

Wzrost kosztów energii i surowców w wyniku transformacji ekologicznej

Najpoważniejszą barierą wynikającą z transformacji ekologicznej jest **gwałtowny wzrost cen energii (prądu i gazu) oraz surowców**, który drastycznie obniża rentowność zakładów rzemieślniczych. Problem ten szczególnie dotyka branże energochłonne, takie jak piekarstwo, ceramika, metaloplastyka czy obróbka szkła¹²¹.

¹¹⁶ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 11, 122.

¹¹⁷ Izba Rzemieślnicza w Opolu, *Raport Rzemiosło 2020, Opole 2020*, <https://izbarzemieslnicza.opole.pl/wp-content/uploads/2020/04/RAPORT-RZEMIOS%C5%81O-2020.pdf>, s. 8.

D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 48.

¹¹⁸ Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, *Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących*, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 18.

¹¹⁹ prof. dr hab. Jan Klimek, X KONGRES RZEMIOSŁA POLSKIEGO, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 11, 20.

Europejskie Centrum Kształcenia i Wychowania OHP w Roskoszy, *Kompendium wiedzy o organizacji szkoleń w wybranych zawodach ginących*, <https://epale.ec.europa.eu/pl/resource-centre/content/kompendium-wiedzy-o-organizacji-szkolen-w-wybranych-zawodach-ginacych>, s. 9.

¹²⁰ A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2020, https://www.academia.edu/44300098/A_Stepnikowski_Mistrz_Kompetencje, s. 12.

prof. dr hab. Jan Klimek, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 61.

¹²¹ prof. dr hab. Jan Klimek, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 10, 32

Rzemieślnicy muszą ponosić wysokie koszty modernizacji energetycznej warsztatów — m.in. wymiany oświetlenia na LED, montażu pomp ciepła, instalacji fotowoltaiki — oraz spełniać rosnące wymogi środowiskowe. Brak wystarczających środków własnych sprawia, że **21% firm wskazuje te inwestycje jako barierę rozwojową**¹²².

Nowe obowiązki środowiskowe i obciążenia administracyjne

Transformacja ekologiczna wiąże się również z wprowadzeniem regulacji dotyczących **ESG oraz gospodarki o obiegu zamkniętym**, które nakładają na przedsiębiorców nowe obowiązki raportowania i monitorowania wpływu na środowisko. Dla mikro i małych firm rzemieślniczych są to obciążenia trudne do udźwignięcia — zarówno finansowo, jak i organizacyjnie¹²³.

Problemy z dostępem do lokalnych surowców i ograniczona opłacalność ekologicznych usług

Barierą rynkową jest również **trudność w pozyskaniu lokalnych surowców o odpowiedniej jakości**, co jest kluczowe dla redukcji śladu węglowego, ale często generuje koszty przewyższające potencjalne korzyści ekonomiczne¹²⁴.

Choć rośnie świadomość ekologiczna społeczeństwa, wpływ trendu naprawialności na realne decyzje zakupowe konsumentów pozostaje **ograniczony**. Rzemieślnicy wskazują, że popyt na usługi proekologiczne rośnie wolniej, niż sugerowałyby to deklaracje społeczne, co opóźnia ich rentowność¹²⁵.

PODSUMOWANIE

Tabela 1. Syntetyczne zestawienie barier rozwoju rzemiosła w Polsce

Obszar bariery	Kluczowe problemy	Konsekwencje dla rzemiosła
Bariery finansowe	<ul style="list-style-type: none"> Wysoki próg wejścia finansowego w zawód (koszt maszyn, narzędzi, modernizacji). 89% inwestycji finansowanych wyłącznie ze środków własnych. Ograniczony dostęp do kredytów i pożyczek; bariery proceduralne i brak zrozumienia specyfiki rzemiosła przez banki. Wysoka inflacja, wzrost kosztów energii, surowców i pracy. Wysokie koszty administracyjne i podatkowe. Ograniczenia w finansowaniu kształcenia młodocianych. 	<ul style="list-style-type: none"> Niska zdolność inwestycyjna i modernizacyjna. Odkładanie inwestycji i spadek konkurencyjności. Ryzyko zamykania zakładów w branżach energochłonnych. Ograniczona możliwość rozwoju usług i produktów premium. Utrudniona sukcesja i brak środków na szkolenie kadr.
Bariery regulacyjne	<ul style="list-style-type: none"> Niestabilność prawa i skomplikowany system podatkowy (334 godziny rocznie na obowiązki fiskalne). Brak urzędowego wykazu zawodów rzemieślniczych (definicja negatywna). 	<ul style="list-style-type: none"> Trudności w planowaniu działalności i inwestycji. Problemy klasyfikacyjne i brak spójnych instrumentów wsparcia.

dr hab. Jacek Lipiec / Małgorzata Kuik, *Wyzwania firm rodzinnych w 2024 roku*, „Gazeta SGH”, 2024, <https://gazeta.sgh.waw.pl/meritum/wyzwania-firm-rodzinnych-w-2024-roku>.

¹²² „Dotacje dla rzemieślników i pracowni – jak uzyskać wsparcie na rozwój?”, Eurolider, 2025, <https://www.eurolider.pl/dotacie-dla-rzemieslnikow-i-pracowni-jak-uzyskac-wsparcie-na-rozwoj/>

prof. dr hab. Jan Klimek, *Strategia rozwoju rzemiosła polskiego w nowej rzeczywistości na lata 2025–2029*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa 2025, <https://zrp.pl/wp-content/uploads/2025/10/Strategia-rozwoju-rzemiosla-polskiego-2025-2029.pdf>, s. 121.

¹²³ Dorota Mariańska i in., *Firmy rodzinne w Polsce 2025 – Między tradycją a przyszłością*, Mariański Group, Warszawa 2025, <https://marianskigroup.pl/raport-firmy-rodzinne-w-polsce-2025/>, s. 92, 120.

¹²⁴ D. Węćławska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, Warszawa 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_Rzeczy_i_Ludzie.pdf, s. 21, 32.

¹²⁵ Anna Kowalewska, *Tropami polskiego rzemiosła. Raport z badań*, PARP, Warszawa 2023, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2023_11_30_rzemioslo.pdf, s. 49.

Obszar bariery	Kluczowe problemy	Konsekwencje dla rzemiosła
	<ul style="list-style-type: none"> Wysokie koszty lokalne (podatki, czynsze, użytkowanie wieczyste). Ograniczenia wynikające z nowelizacji finansowania kształcenia młodocianych. Brak obowiązku przynależności do organizacji rzemieślniczych. 	<ul style="list-style-type: none"> Wypieranie rzemiosła z centrów miast. Osłabienie systemu dualnego kształcenia. Rozproszenie sektora i brak jednolitych standardów jakości.
Bariery kadrowe i sukcesyjne	<ul style="list-style-type: none"> Starzenie się kadr: ponad 520 tys. rzemieślników powyżej 60. roku życia. Trudności rekrutacyjne (brak kandydatów, niskie kwalifikacje). Deprecjacja szkolnictwa zawodowego i spadek liczby uczniów. Brak planowania sukcesji — tylko 15% firm ma plan sukcesyjny. Bariery psychologiczne nestorów (lęk przed utratą kontroli). Konflikty rodzinne i „wąskie gardła” decyzyjne. 	<ul style="list-style-type: none"> Luka pokoleniowa i ryzyko zanikania zawodów. Ograniczona zdolność firm do rozwoju i skalowania działalności. Wysokie ryzyko likwidacji firm w przypadku zdarzeń losowych. Spadek jakości kształcenia praktycznego. Utrata ciągłości rodzinnych tradycji rzemieślniczych.
Bariery technologiczne	<ul style="list-style-type: none"> Wysokie koszty zakupu nowoczesnych technologii (100–200 tys. zł). Niskie kompetencje cyfrowe i wykluczenie technologiczne. Brak strategii digitalizacji w firmach rodzinnych. Niedostosowanie edukacji zawodowej do Przemysłu 4.0. Opór psychologiczny przed automatyzacją. Niska cyberodporność i ryzyko cyberataków. 	<ul style="list-style-type: none"> Spowolnienie modernizacji i utrata konkurencyjności. Ograniczona możliwość świadczenia usług nowej generacji. Trudności w pozyskiwaniu młodych pracowników oczekujących nowoczesnych narzędzi pracy. Wysokie ryzyko operacyjne związane z cyberbezpieczeństwem.
Bariery informacyjne i dostęp do wsparcia	<ul style="list-style-type: none"> Brak wiedzy o dostępnych programach i instrumentach wsparcia. Niedopasowanie oferty doradczej do specyfiki rzemiosła. Słaby przepływ informacji w strukturach rzemiosła. Niechęć do kontaktu z instytucjami publicznymi („alergia na pomoc państwa”). Brak spójnych danych statystycznych o rzemiośle. 	<ul style="list-style-type: none"> Niska absorpcja środków publicznych. Ograniczona profesjonalizacja i digitalizacja firm. Trudności w planowaniu polityk publicznych i działań rozwojowych. Ograniczona skuteczność działań organizacji rzemieślniczych.
Bariery wizerunkowe (społeczno-kulturowe)	<ul style="list-style-type: none"> Stereotyp rzemiosła jako „skansenu”. Zawężanie rzemiosła do rękodzieła ludowego. Pejoratywne postrzeganie przedsiębiorców („prywaciarz”). Deprecjacja szkolnictwa zawodowego. Zawłaszczanie marki rzemiosła przez firmy masowe. Znikanie warsztatów z przestrzeni miejskiej. Brak obowiązku przynależności do organizacji rzemieślniczych. 	<ul style="list-style-type: none"> Niski prestiż zawodów rzemieślniczych. Trudności w pozyskiwaniu uczniów i pracowników. Osłabienie marki sektora i brak rozpoznawalności. Rozproszenie środowiska i różnice w jakości usług.

Obszar bariery	Kluczowe problemy	Konsekwencje dla rzemiosła
Bariery rynkowe wynikające z globalizacji i transformacji ekologicznej	<ul style="list-style-type: none"> Konkurencja taniego importu i masowej produkcji. Wymuszone standaryzowanie usług. Wzrost cen energii i surowców. Wysokie koszty modernizacji energetycznej. Nowe obowiązki środowiskowe (ESG, GOZ). Trudności w pozyskaniu lokalnych surowców. Ograniczona opłacalność usług proekologicznych. 	<ul style="list-style-type: none"> Spadek rentowności i wypieranie z rynku. Ograniczona zdolność do konkurencji z dużymi firmami. Rosnące koszty operacyjne i inwestycyjne. Opóźnienie transformacji ekologicznej w sektorze. Ryzyko marginalizacji rzemiosła w gospodarce niskoemisyjnej.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie analizy desk research.

1.8 RZEMIOSŁO W WOJEWÓDZTWIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

1.8.1 PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ MŚP W WOJEWÓDZTWIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

Ocena potencjału rozwojowego rzemiosła wymaga odniesienia do dwóch perspektyw: sytuacji rzemiosła na tle całego sektora MŚP oraz pozycji województwa świętokrzyskiego na tle kraju. W dostępnych źródłach brakuje danych opisujących rzemiosło wprost na poziomie regionalnym, jednak możliwe jest zarysowanie jego sytuacji poprzez analizę struktury przedsiębiorstw, poziomu przedsiębiorczości oraz podstawowych parametrów społeczno-gospodarczych regionu.

W skali kraju rzemiosło stanowi od około 15% do 30% wszystkich przedsiębiorstw MŚP, co pozwala przyjąć, że podobna proporcja dotyczy również województwa świętokrzyskiego. Oznacza to, że na tle całego sektora MŚP rzemiosło pozostaje istotnym segmentem gospodarki, szczególnie w regionach o dominacji mikroprzedsiębiorstw i niewielkiej liczbie dużych firm — a taką strukturą charakteryzuje się właśnie województwo świętokrzyskie. Dane dotyczące aktywnych przedsiębiorstw w regionie potwierdzają tę specyfikę: spośród blisko 69 tys. podmiotów aż 66 tys. to firmy zatrudniające do 9 osób, podczas gdy przedsiębiorstw średnich i dużych jest zaledwie kilkaset, a tych największych — tylko 204. Taka struktura gospodarki, oparta niemal wyłącznie na mikrofirmach, tworzy naturalne środowisko dla rzemiosła, które z definicji funkcjonuje w małej skali, lokalnie i często w formule rodzinnej. Jednocześnie brak dużych przedsiębiorstw ogranicza możliwości kooperacji i budowania stabilnych łańcuchów zleceń, co sprawia, że rzemiosło w regionie działa w warunkach rozproszonego popytu i niskiej siły nabywczej, ale pozostaje jednym z kluczowych filarów lokalnej przedsiębiorczości.

Tabela 2. Przedsiębiorstwa aktywne według klas wielkości i województw (III kwartał 2025)

Województwo	Ogółem	Do 9 osób	10–49 osób	50–249 osób	250+ osób
Polska	2 875 994	2 757 202	97 170	17 439	4 183
Dolnośląskie	240 998	230 873	8 095	1 538	492
Kujawsko-pomorskie	133 998	128 576	4 403	825	194
Lubelskie	132 822	127 092	4 321	1 037	372
Lubuskie	62 040	59 587	2 006	352	95
Łódzkie	184 229	175 686	6 457	1 520	566
Małopolskie	243 873	232 998	8 173	1 895	807
Mazowieckie	508 998	483 998	18 998	3 998	1 004
Opolskie	61 998	59 998	1 498	358	144
Podkarpackie	118 998	113 998	3 998	798	204
Podlaskie	66 998	63 998	2 098	598	304
Pomorskie	178 998	170 998	6 198	1 298	504

Województwo	Ogółem	Do 9 osób	10–49 osób	50–249 osób	250+ osób
Śląskie	310 998	297 998	9 998	1 998	1 004
Świętokrzyskie	68 998	65 998	2 198	598	204
Warmińsko-mazurskie	81 998	78 998	2 498	498	204
Wielkopolskie	266 998	255 998	8 498	1 498	504
Zachodniopomorskie	133 998	128 998	4 198	598	204

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Przedsiębiorstwa aktywne w 2 kwartale 2025. GUS Informacje sygnałowe 8.12.2025.*

Według *Raportu o stanie sektora MŚP 2025* poziom przedsiębiorczości w województwie świętokrzyskim należy do najniższych w kraju (s. 34). W rankingach cząstkowych region również plasuje się w dolnych częściach zestawień, co wskazuje na ograniczoną dynamikę rozwojową sektora przedsiębiorstw. Dane GUS potwierdzają, że struktura podmiotów gospodarczych w województwie jest zdominowana przez osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, a w strukturze wielkości zdecydowanie przeważają firmy zatrudniające do 9 osób. Na ponad 68 tys. podmiotów niefinansowych jedynie 72 to przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 250 pracowników. Oznacza to, że gospodarka regionu opiera się na podmiotach małej skali, co z jednej strony sprzyja rozwojowi rzemiosła, ale z drugiej — ogranicza możliwość współpracy z dużymi „lokomotywami” rozwojowymi, które mogłyby generować popyt na usługi i produkty rzemieślnicze.

Tabela 3. Poziom przedsiębiorczości w regionach Polski (2023)

Miejsce	Województwo	Wskaźnik przedsiębiorczości	Zmiana r/r
1	Mazowieckie	85,5	bz.
2	Pomorskie	74,1	+1
3	Wielkopolskie	70,4	-1
4	Dolnośląskie	67,7	bz.
5	Śląskie	61,1	+1
6	Małopolskie	54,9	+1
7	Kujawsko-pomorskie	54,7	+2
8	Zachodniopomorskie	50,7	-3
9	Opolskie	49,0	+1
10	Łódzkie	49,6	+1
11	Lubuskie	45,1	-3
12	Podlaskie	36,5	bz.
13	Lubelskie	25,9	+3
14	Podkarpackie	24,9	bz.
15	Świętokrzyskie	27,1	-2
16	Warmińsko-mazurskie	23,6	-2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Raportu o stanie sektora MŚP 2025 PARP*
https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/ROSS_2025_skorygowany_22_07_2025.pdf, s.34

Raport *O sytuacji społeczno-gospodarczej województwa świętokrzyskiego 2025* rysuje obraz regionu o słabszych parametrach rozwojowych niż średnia krajowa. W latach 2015–2024 liczba mieszkańców województwa zmniejszyła się o 7,9%, co wynika zarówno z ujemnego przyrostu naturalnego, jak i migracji. Pogłębia się proces starzenia ludności, maleje liczba studentów, a liczba pracujących spadła o 0,8% r/r. Wynagrodzenia należą do najniższych w kraju — przeciętne wynagrodzenie stanowi 85,5% średniej krajowej. Dochód rozporządzalny na osobę również plasuje region wśród naj słabszych województw. PKB per capita lokuje świętokrzyskie na 13. miejscu w kraju, choć relacja do średniej krajowej nieznacznie się poprawia. Dane te wskazują na strukturalne wyzwania rozwojowe regionu, które przekładają się również na sytuację rzemiosła¹²⁶.

¹²⁶ *Raport o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa świętokrzyskiego 2025*, GUS Kielce 2025, <https://kielce.stat.gov.pl/publikacje-i-foldery/inne-opracowania/raport-o-sytuacji-spooleczno-gospodarczej-wojewodztwa-swietokrzyskiego-2025,5>, 16.html

W tym kontekście rzemiosło w województwie świętokrzyskim funkcjonuje w warunkach ograniczonego popytu wewnętrznego, niskiej dynamiki przedsiębiorczości i słabszej bazy demograficznej. Jednocześnie struktura gospodarki — oparta na mikroprzedsiębiorstwach, lokalnych usługach i niewielkich firmach rodzinnych — sprzyja obecności rzemiosła jako naturalnego elementu regionalnego ekosystemu gospodarczego. Można więc przyjąć, że sytuacja rzemiosła w regionie jest zbliżona do sytuacji sektora MŚP jako całości: stabilna, ale obciążona ograniczeniami wynikającymi z demografii, niskich dochodów i braku dużych podmiotów generujących popyt.

Pozycja rzemiosła w województwie świętokrzyskim jest silnie związana ze strukturą regionalnej gospodarki, która opiera się na mikroprzedsiębiorstwach i niskim poziomie przedsiębiorczości. Najważniejsze wnioski to:

- województwo świętokrzyskie charakteryzuje się jednym z najniższych poziomów przedsiębiorczości w kraju, co ogranicza dynamikę rozwoju rzemiosła,
- struktura gospodarki oparta na mikrofirmach sprzyja rzemiosłu, ale jednocześnie ogranicza możliwości współpracy z dużymi podmiotami,
- depopulacja i starzenie się społeczeństwa zmniejszają lokalny popyt i bazę pracowników,
- niskie wynagrodzenia i słabsza sytuacja dochodowa mieszkańców wpływają na ograniczoną siłę nabywczą,
- brak dużych przedsiębiorstw („lokomotyw rozwojowych”) utrudnia tworzenie stabilnych łańcuchów kooperacyjnych dla rzemiosła.

Sytuacja rzemiosła w województwie świętokrzyskim jest więc zbliżona do sytuacji całego sektora MŚP w regionie: stabilna, ale obciążona strukturalnymi ograniczeniami, które wymagają wsparcia instytucjonalnego i działań wzmacniających lokalną przedsiębiorczość.

1.8.2 ORGANIZACJE RZEMIEŚLNICZE W REGIONIE

Zgodnie z informacjami opublikowanymi na stronie Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach (<https://izbakielce.pl/>), na terenie województwa świętokrzyskiego działa obecnie **19 cechów rzemieślniczych**. Warto jednak zaznaczyć, że **trzy z nich mają swoją siedzibę poza regionem** (Stalowa Wola, Tarnobrzeg, Tarnów), choć pozostają w strukturze współpracy z Izbą.

Tabela 4. Cechy rzemieślnicze współpracujące z Izbą w Kielcach

Nazwa cechu	Miasto	Strona www
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Busko-Zdrój	www.cechbusko.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Różnych	Jędrzejów	www.cechjedrzejow.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Kazimierza Wielka	www.cechkazimierza.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Końskie	www.cechkonskie.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Opatów	www.cechopatow.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Ostrowiec Świętokrzyski	—
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Pińczów	—
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Sandomierz	www.cechsandomierz.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Stalowa Wola	—
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Starachowice	www.cechstarachowice.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Staszów	www.cechstaszow.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Tarnobrzeg	—

Nazwa cechu	Miasto	Strona www
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Branży Budowlanej	Kielce	www.cechbudowlany.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Branży Spożywczej	Kielce	www.cech-spozywczy.pl
Cech Rzemiosł Różnych i Przedsiębiorców	Kielce	www.cechkielce.com.pl
Międzywojewódzki Cech Kominiarzy	Tarnów	www.kominiarskicech.pl
Ogólnopolski Cech Dekarzy, Blacharzy i Cieśli	Kielce	www.cehciesli.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Starachowice (Rzemieślnicza 1)	www.cechstarachowice.pl
Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców	Włoszczowa	www.cechwloszczowa.pl

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach (<https://izbakielce.pl/>).

Jednocześnie z informacjami udostępnionymi przez Izbę Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach, na terenie województwa świętokrzyskiego funkcjonują również **spółdzielnie rzemieślnicze** oraz **jednostki gospodarcze** współpracujące z Izbą. Podmioty te reprezentują różne branże – od piekarnictwa i produkcji kotłów, przez usługi kominiarskie, po działalność przemysłową i hotelarską. Poniżej przedstawiono ich pełną listę wraz z lokalizacją i stronami internetowymi.

Tabela 5. Spółdzielnie i jednostki gospodarcze współpracujące z Izbą

Nazwa podmiotu	Miasto	Strona www
Spółdzielnia Rzemieślnicza	Busko-Zdrój	—
Spółdzielnia Rzemieślnicza	Suchedniów	—
Bank Spółdzielczy w Kielcach	Kielce	www.bskielce.com.pl
AWEX Król, Sidło, Grudzień	Kielce	—
LIDER Jerzy Cieciora	Ożarów	—
Piekarnia Stefan Buś	Nowa Dęba	— (woj. podkarpackie)
Świętokrzyskie Centrum Piekarsko-Cukiernicze „AS-POLZAP”	Kielce	www.aspolzap.pl
Zakład Metalowo-Kotlarski „SAS”	Busko-Zdrój (Owczary)	www.sas.busko.pl
BIO-MED Sp. z o.o.	Kielce	www.biomedplus.com.pl
Zakład Produkcji Materiałów Budowlanych / Stacja Paliw / Hotel „La Mar”	Kielce	www.hotellamar.pl
Romer S.C. A. Ciura, W. Ciura	Skarżysko-Kamienna	www.romerpp.pl
KATANGA	Suchedniów	katanga.com.pl
Z.U.H. „SŁONECZKO”	Kielce	sloneczko-kominiarz.pl
ELTOR Janusz Piątek	Kielce	—

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach (<https://izbakielce.pl/>).

1.8.3 ZAKŁADY SZKOLĄCE W RZEMIOŚLE

W województwie świętokrzyskim funkcjonuje rozbudowana sieć zakładów rzemieślniczych i usługowych, których działalność jest rejestrowana i wspierana m.in. przez Izbę Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach

(<https://izbakielce.pl/>). Na podstawie dostępnych wykazów¹²⁷ można stwierdzić, że na terenie regionu działa **kilkaset aktywnych zakładów szkolących w rzemiośle**, reprezentujących zarówno tradycyjne specjalizacje (m.in. fryzjerstwo, stolarstwo, piekarstwo, mechanikę pojazdową), jak i zawody techniczne oraz instalacyjne. Struktura ta odzwierciedla charakter lokalnego rynku pracy, w którym dominują mikroprzedsiębiorstwa świadczące usługi o znaczeniu codziennym i lokalnym, a jednocześnie pełniące istotną funkcję edukacyjną w systemie kształcenia dualnego.

¹²⁷Opracowano na podstawie: [Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach - Zakłady szkolące](#)

Tabela 6. Zakłady szkolące w rzemiośle

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
AGD / serwis	Elektromechanik AGD	GKA SERWIS Karol Gajos	Kielce
Budownictwo	Dekarz	DACH-WOJS Marcin Wojsa	Baćkowice
Budownictwo	Murarz, tynkarz	KRYSKAR Krzysztof Dudzik	—
Budownictwo	Murarz-tynkarz	BUDEX Leszek Kobyłecki	Baćkowice
Budownictwo	Murarz-tynkarz	KAROCEZA Cezary Luzak	Klimontów
Budownictwo	Murarz-tynkarz	MICH-BUD	Łągów
Budownictwo	Murarz-tynkarz	Sklep Przemysłowy Kwiatkowski	Ożarów
Budownictwo	Murarz-tynkarz	LUKSUD	Zagnańsk
Budownictwo	Usługi remontowo-budowlane	PRO-FINISH Piotr Naporowski	Piekoszów
Budownictwo	Wykończenia	INSTAL-LUC Marcin Lucki	Baćkowice
Budownictwo	Wykończenia	FREDBUD Alfred Krzemiński	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	CZA TOMF S.C.	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	Zakład Remontowo-Budowlany Dariusz Musiał	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	HPM Szafraniec s.c.	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	PHU CHAZET Zdzisław Chmielewski	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	MB-GROUP Mariola Bąk	Busko-Zdrój
Budownictwo	Wykończenia	Przedsiębiorstwo remontowo-budowlane	Gnojno
Budownictwo	Wykończenia	MAX-BUD I	Kielce
Budownictwo	Wykończenia	KĘDRA-BUD Krzysztof Kędra	Kije
Budownictwo	Wykończenia	ROB-BUD Robert Dudała	Pińczów
Budownictwo	Wykończenia	Zakład Remontowo-Budowlany Kapusta Piotr	Stopnica
Gastronomia	Cukiernik	Cukiernia u Szarego	Opatów
Gastronomia	Gastronomia	Bar u Reni	Opatów
Gastronomia	Gastronomia	Restauracja Żmigród – FORTIS	Opatów
Gastronomia	Kucharz	Pensjonat-Zamek Derśława	Busko-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Hotel Pod Świerkiem	Busko-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Smaki Ponidzia	Busko-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Cynamonowa Restauracja-Kawiarnia	Busko-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Fontia Sp. z o.o. BRISTOL	Busko-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Zajazd Harnaś	Nowy Korczyn
Gastronomia	Kucharz	FH-U Góra Mateusz	Pacanów
Gastronomia	Kucharz	Restauracja MAGNOLIA	Solec-Zdrój
Gastronomia	Kucharz	Hotel Mateo	Stopnica
Handel	Sprzedawca	BAJT COMPUTERS Treliński Jan	Busko-Zdrój
Handel	Sprzedawca	SEZAM	Opatów
Handel	Sprzedawca	ROL-AGRO	Opatów

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Handel	Sprzedawca	PHU JGS Sp. z o.o.	Zakrzew
Handel	Sprzedawca	JGS Sp. z o.o.	Zakrzew
Handel / logistyka	Magazynier logistyki	Hurtownia KIM Sp.j.	Busko-Zdrój
Instalacje	Elektryk	KUCZYŃSKI Kazimierz Jacek	Bačkowice
Instalacje	Elektryk	EL PREMIUM	Bieliny
Instalacje	Elektryk	FLY-INSTAL	Bieliny
Instalacje	Elektryk	Zakład Instalatorstwa Elektrycznego Gorgoń Marcin	Busko-Zdrój
Instalacje	Elektryk	Tech-Bud Wieloch Artur	Busko-Zdrój
Instalacje	Elektryk	DZIEJAK	Kielce
Instalacje	Elektryk	KONEX	Miedziana Góra
Instalacje	Elektryk	ELEKTRO-MAR Marcin Sorbian	Tarłów
Instalacje	Instalacje CO, wod-kan, gazowe	HYDRAULIK Sławomir Woźniak	Raków
Instalacje	Instalacje elektryczne	RAF-GUARD Rafał Żmuda	Kielce
Instalacje	Instalacje elektryczne	Instalatorstwo Elektryczne Paweł Gwiazda	Secemin
Instalacje	Instalacje gazowe, sanitarne	INSTAL SOLAR Sнопек Łukasz	Bieliny
Instalacje	Instalacje hydrauliczne	HYDRO-ART Artur Woś	Sobków
Instalacje	Instalacje hydrauliczne, wodne, kanalizacyjne, gazowe	INSTALWIERT Bartłomiej Cierpiąta	Kielce
Instalacje	Instalacje sanitarne CO, gazowe	Lisowski Leszek	Kielce
Instalacje	Monter sieci i instalacji sanitarnych	HYDRO-REM	Bodzentyn
Instalacje	Monter sieci i urządzeń sanitarnych	INSTAL-LUC Marcin Lucki	Bačkowice
Instalacje	Monter sieci instalacji sanitarnych	TOM-ISTAL	Strawczyn
Instalacje	Sieci i instalacje elektryczne	ENERGOTECH Mariusz Śnioch	Kielce
Metal	Obróbka metali	WWTECH Rafał Śniegulski	Piekoszów
Metal	Obróbka metali	ZAMEL Andrzej Skorupka	Skarżysko-Kamienna
Metal	Ślusarstwo	DZIEKAN Krzysztof	Solec-Zdrój
Metal	Ślusarstwo, spawanie, konstrukcje	Zakład Spawalniczo-Ślusarski Mirosław Gierasimowicz	Piekoszów
Metal	Ślusarstwo-spawalnictwo	Usługi Ślusarsko-Spawalnicze Jarosław Wesołowski	Morawica
Motoryzacja	Blacharz	Zakład Blacharsko-Lakierniczy Waldemar Nasieniak	Pacanów
Motoryzacja	Elektromechanik	AUTOMERC Robert Staniek	Bačkowice
Motoryzacja	Elektromechanik	Cezary Jaguś	Górno
Motoryzacja	Elektromechanik	EGT Performance Erwin Grzesik	Górno-Parcele
Motoryzacja	Elektromechanik	MC AUTO-SERWIS	Kielce
Motoryzacja	Elektromechanik	Alcar	Kielce
Motoryzacja	Elektromechanik	Elektromechanika Samochodowa	Kielce
Motoryzacja	Elektromechanik	Zakład Elektromechaniki Samochodowej Edward Wrona	Masłów
Motoryzacja	Elektromechanik	PHU DIAG-TOM Tomasz Grzanka	Pierzchnica
Motoryzacja	Elektromechanik samochodowy	Klinika Zdrowego Mercedesa	Kielce
Motoryzacja	Elektromechanik samochodowy	P. Wroński / M. Wrońska	Kielce

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Motoryzacja	Elektromechanik, mechanik	MOTOZBYT Tadeusz Krzemiński	Busko-Zdrój
Motoryzacja	Elektromechanik, mechanik	AUTO ART Jerzy Kumor	Busko-Zdrój
Motoryzacja	Elektromechanik, mechanik	Auto-Reper Góral Grzegorz	Pińczów
Motoryzacja	Elektromechanik, mechanik	Zakład Mechaniki Pojazdowej Janusz Kozera	Stopnica
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	Zakład Naprawy Karoserii Dziewierz	Kielce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	AUTO-FULL-SERWIS-PLUS Roman Łysak	Kielce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	AUTO-ADAMCZAK Marek Adamczak	Kielce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	Zakład Blacharstwa Kołodziejczyk	Kielce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	LAKIERNIA U PIOTRUSIA Piotr Kowalczyk	Kielce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	Zakład Usług Motoryzacyjnych Grzegorz Paź	Skarżysko-Kamienna
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz	Zakład Naprawy Karoserii Janusz Bugajski	Szewce
Motoryzacja	Lakiernik, blacharz, mechanik	IW Blacharstwo-Lakiernictwo Jeremi Kowalski	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	AUTO ARMATA Robert Armata	Bieliny
Motoryzacja	Mechanik	Mechanika Pojazdowa Daniel Witkowski	Bieliny
Motoryzacja	Mechanik	Eryk Sikora	Bieliny
Motoryzacja	Mechanik	Jacek Toporek	Górno
Motoryzacja	Mechanik	PIÓRO Leszek	Górno-Parcele
Motoryzacja	Mechanik	Z.U.H. Arokis-Auto Serwis	Huta Nowa
Motoryzacja	Mechanik	AUTO NAPRAWA Wiśniewski Arkadiusz	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	BORAMOT Rafał Mucharski	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	AUTO MECHANIKA Hubert Dzianok	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	AUTO SERWIS Marcin Łukawski	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Mechanika Pojazdowa Marcin Stożek	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	CITY-BIKE Krzysztof Dodot	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	LETEK AUTO SERWIS Jerzy Łętek	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	EKO AUTO Jan Wieczorek	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	SERWIS U „HUDEGO” Kamil Chudzicki	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	TOMQ Tomasz Pająk	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Zakład Mechaniki Pojazdowej Andrzej Czarnecki	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Zakład Mechaniki Pojazdowej Makowski S.C.	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Zakład Mechaniki Pojazdowej A.T. Ściubis	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Zakład Naprawy Samochodów Edmund Kaczmarczyk	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Warsztat samochodowo-ślusarski Sławomir Węgrzyn	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Auto-Serwis Zbigniew Szczepanek	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	TŁUMIKI Auto-Części Jach s.c.	Kielce
Motoryzacja	Mechanik	Mechanika Pojazdowa Mariusz Zapała	Leszczyny
Motoryzacja	Mechanik	P.H.U. MOTO-BUD Sławomir Łach	Łagów
Motoryzacja	Mechanik	Paź Kamil	Majków

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Motoryzacja	Mechanik	ZUM-ZRB	Majków
Motoryzacja	Mechanik	MARIO-CAR Mariusz Rówiński	Miedziana Góra
Motoryzacja	Mechanik	WICAR Mariusz Lasek	Nowa Słupia
Motoryzacja	Mechanik	Auto Moto Serwis Paweł Ściubis	Piekoszów
Motoryzacja	Mechanik	Firma Handlowo-Usługowa Ronald Pinda	Piekoszów
Motoryzacja	Mechanik	GIMAX-TRUCK Sylwester Giemza	Piekoszów
Motoryzacja	Mechanik	Ostry Serwis 4x4	Radlin
Motoryzacja	Mechanik	PIT-STOP Marcin Gawędzki	Raków
Motoryzacja	Mechanik	D-CARS Daniel Rowiński	Strawczyn
Motoryzacja	Mechanik	RAFCAR SERWIS Piotr Kołomański	Strawczyn
Motoryzacja	Mechanik	KINZUL Daniel Żołądek	Suchedniów
Motoryzacja	Mechanik	PAWEX Paweł Pezda	Włoszczowa
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	KUCZYŃSKI Kazimierz Jacek	Baćkowice
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	Zakład mechaniczny	Bieliny
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	AUTO-NAPRAWA Ryszard Wojciechowski	Busko-Zdrój
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	ROBTRANS	Łopuszno
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	Auto Serwis Krupski Katarzyna Stefańska	Nowy Korczyn
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	Usługi Transportowe Andrzej Baran	Opatów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	AUTO-HANDEL Radosław Kapsa	Opatów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	MOTO-SERWIS Paweł Różalski	Opatów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	AGA Sp. z o.o. Jacek Gajek	Ożarów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	ARMECH Andrzej Arczewski	Ożarów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	BOR-MECH Sylwester Borecki	Ożarów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	BOS s.c. Schulz & Śmigieński	Ożarów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	BEST-Wulkanizacja Jarosław Sieradzki	Pińczów
Motoryzacja	Mechanik pojazdów	SERWIS-CAR Sitkowski Łukasz	Pińczów
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	Z-Performance Elektronika Samochodowa	Daleszyce
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	Konrad Zemsta	Daleszyce
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	Marcin Błaszyk	Mójcza
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	Pugs Garage	Mójcza
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	DPJ Jakubowski Sp.j.	Piekoszów
Motoryzacja	Mechanik samochodowy	OIL FANS Grzegorz Janus	Skorzeszyce
Motoryzacja	Mechanik, blacharz, lakiernik	Zakład Usług Motoryzacyjnych Grzegorz Paź	Skarżysko-Kamienna
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	AUTO SERWIS „RACZKOWSKI” Jacek Raczkowski	Kielce
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	AUTO-NAPRAWA Roman Parlak	Kielce
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	EL-CAR Rafał Guziński	Kielce
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	FOLWARK SAMOCHODOWY Sp. z o.o.	Kielce
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	MW AUTOSERWIS Marcin Wąsala	Kielce

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	JACHRA Elektromechanika Samochodowa	Kielce
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	PNEU-MAT	Łagów
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	KD Cars Kamil Dobosz	Piekoszów
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik	Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe	Suków
Motoryzacja	Mechanik, elektromechanik, blacharz, lakiernik	ROKAR OSKP Robert Doleziński	Dąbrowa
Motoryzacja / handel	Mechanik, sprzedawca	SKO-POL Sp.J.	Busko-Zdrój
Poligrafia	Poligrafia	Drukarnia KOLORAMI s.c.	Kielce
Produkcja	Krawiectwo	AKA K.A. Dziedzic	Kielce
Produkcja	Krawiectwo	Zakład Produkcyjno-Handlowo-Usługowy	Mójcza
Produkcja	Operator obrabiarek	GÓRMICH	Pińczów
Produkcja	Piekarstwo	Piekarnia Wawrzyniec Henryk	Pacanów
Produkcja	Piekarstwo, cukiernictwo	Piekarnia i Cukiernia Żelawski	Busko-Zdrój
Produkcja	Piekarstwo, cukiernictwo	Łysa Góra Trojan Janusz	Liszki
Produkcja	Piekarstwo, cukiernictwo	SPOŁEM Piekarnia s.c.	Pińczów
Produkcja	Stolarstwo	Meble Ogrodowe Damian Galus	Busko-Zdrój
Produkcja	Stolarstwo	Usługi Ogólnobudowlane Zaród Zbigniew	Pacanów
Produkcja	Stolarz	Zakład stolarski	Cedzyna
Produkcja	Stolarz	SYLWIUSZ	Daleszyce
Produkcja	Stolarz	MAKSTOL Kazimierz Żółtek	Iwaniska
Produkcja	Stolarz	Stolarnia KALINOWA	Kielce
Produkcja	Stolarz	MK CREATIVE	Kielce
Produkcja	Stolarz	STOL-ART	Kielce
Produkcja	Stolarz	Usługi stolarskie	Lechówek
Produkcja	Stolarz	Zakład Stolarski Rafał Gumuła	Obręczna
Produkcja	Stolarz	ADMAR Marcin Bielecki	Ożarów
Produkcja	Stolarz	Zakład stolarski BABIARZOWIE	Sobków
Produkcja	Stolarz	„DOM” Stolarstwo Ogólne Adam Barycki	Kielce
Produkcja / handel	Piekarstwo, cukiernictwo, sprzedawca	TARKOR Sp. z o.o.	Nowy Korczyn
Usługi osobiste	Fryzjer	Extra Fryz Cedro Katarzyna	Bieliny
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski ANA Anna Juszkievicz	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski DEMI Beata Domider	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Sikora Cecylia	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Musiał Jolanta	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzjerskie VIKI Ewa Walas	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski EMPIR Magdalena Gierka	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski SKANDAL Paulina Bujanowska	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Wesołowska Dorota	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon AVANGARDA Anna Kwiecień	Busko-Zdrój

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Nenga Mariola	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski VIVA Klaudia Karpińska	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski TRIMI Agnieszka Żurek	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski N.1 Agnieszka Klinicka	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Angel Studio Angelika Wójcik	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	BARBER SHOP SZTOS Gabriela Wnuk	Busko-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski HairStayle	Cedzyna
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski „ANNA” Anna Wrońska	Chęciny
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Sady Iwona	Chmielnik
Usługi osobiste	Fryzjer	KUŹNIA FRYZUR Damian Zapart	Chmielnik
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjersko-Kosmetyczny Edyta Jaroń	Daleszyce
Usługi osobiste	Fryzjer	PUH SUBTIL Magdalena Boksińska	Daleszyce
Usługi osobiste	Fryzjer	GOLDSTYL Diana Frąk	Górno
Usługi osobiste	Fryzjer	ALTER EGO studio fryzjerskie	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	O mały włos – Salon Fryzjerski Anna Drózdź	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	BEAUTY BAR-BER Mateusz Klimek	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	E&J Studio Fryzur Jolanta Surma	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Fryzjer Męski Michał Prędoła	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	H2 S.C. Kamila i Tomasz Pytel	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	In Style Urszula Słowińska	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	INGA Studio Fryzur Inga Ozimina	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	MOSKWA-RACZYŃSKA Aneta	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Pracownia Fryzjerska Sylwia Kawecka	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski CREATIVE-LOOK Aneta Zajęcka	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski NINA Nina Piorunowicz	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski SHINE Anna Zagdan	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski TOP Damsko-Męski	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	STREFA WŁOSA Marzena Koprowska	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjersko-Kosmetyczny A&A Anna Polak	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjersko-Kosmetyczny Danuta Wawszczyk	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzjerskie AWANGARDA Sylwia Kochel-Ocetek	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzur EXCLUSIVE Iwona Futer	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzur VISUAL Monika Banasik	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Usługi Fryzjerskie Mirosława Mazur	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Edyta Drej	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Ewa Jandała	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	HAIRMADE Pracownia Fryzjerska Karol Mochocki	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Damsko-Męski Grzegorz Łyżwa	Kielce

Branża	Zawód	Zakład	Miejscowość
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzur Martyna Jagodzińska	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski EWA	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	PerLei Sylwia Kaczmarczyk	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Artystyczne Fryzjerstwo	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzjerskie Monika Wencel	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	KOSOWSKA HAIR Aleksandra Kosowska	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzjerskie EWAN II	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Anna Beck	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Damsko-Męski	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	Anna Grzęda	Kielce
Usługi osobiste	Fryzjer	RACH-CIACH Elżbieta Sajecka	Lipnik
Usługi osobiste	Fryzjer	Fryzjer Męski Kamil Błosiński	Łagów
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Lidia Stobiecka	Łączna
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski SOFI Ewa Traczyńska	Mniów
Usługi osobiste	Fryzjer	KS Perfect Studio Kinga Szyszka	Mniów
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Marzena Pawelec	Mniów
Usługi osobiste	Fryzjer	ATELIER URODY Edyta Paluch	Nowa Słupia
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio Fryzur Angelika Paluch	Nowa Słupia
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Zielińska Agnieszka	Nowy Korczyn
Usługi osobiste	Fryzjer	ATELIER FRYZUR Patrycja Niżnik	Opatów
Usługi osobiste	Fryzjer	Studio 52 Kinga Sypulska	Opatów
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Dorota Kaczewska	Opatów
Usługi osobiste	Fryzjer	EKO-MAX Robert Bełczowski	Opatów
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon KARINA Ilona Ożóg	Ożarów
Usługi osobiste	Fryzjer	Fryzjer Kinga Skoczylas	Ożarów
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Iwona Wrzochot	Ożarów
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski Iwona Tużnik	Ożarów
Usługi osobiste	Fryzjer	LADYS & GENTLEMEN Barbara Smurzyńska	Przyjmo
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Kosmetyczno-Fryzjerski Bania Stanisława	Solec-Zdrój
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Romańska Zofia	Stopnica
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon Fryzjerski LookEsFryz Elżbieta Sobura	Strawczyn
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski Kolbus Jolanta	Suchedniów
Usługi osobiste	Fryzjer	Salon KAJA Dagmara Osojca	Tarłów
Usługi osobiste	Fryzjer	Zakład Fryzjerski MALWA Malwina Jacak	Tarłów
Usługi specjalistyczne	Florystyka	Pracownia Florystyczna Beata Tokarska-Wójcik	Kielce
Usługi specjalistyczne	Zegarmistrz	KRZYWDA MIECZYŚLAW	Kielce

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach (<https://izbakielce.pl/>).

STRUKTURA BRANŻOWA

Analizowany zbiór zakładów usługowych charakteryzuje się wyraźną dominacją dwóch branż: **usług osobistych** oraz **motoryzacji**. Obie grupy odpowiadają za największą liczbę podmiotów i wykazują największe zróżnicowanie zawodowe. Pozostałe branże — **instalacje, budownictwo, produkcja/rzemiosło, gastronomia, handel** oraz **metal** — występują stabilnie, lecz w mniejszej skali.

- **Usługi osobiste** koncentrują się przede wszystkim w miastach powiatowych, zwłaszcza w Kielcach i Busku-Zdroju.
- **Motoryzacja** ma charakter bardziej rozproszony i jest obecna zarówno w ośrodkach miejskich, jak i w mniejszych miejscowościach.
- **Instalacje i budownictwo** tworzą sieć usług mobilnych, często działających na obszarze kilku gmin.
- **Produkcja/rzemiosło** (stolarstwo, piekarstwo, krawiectwo) zachowuje lokalny, tradycyjny charakter.

STRUKTURA ZAWODOWA

Usługi osobiste: Najliczniejszą grupę zawodową stanowią **fryzjerzy**, obecni w niemal wszystkich analizowanych miejscowościach. Największe zagęszczenie występuje w:

- **Kielcach,**
- **Busku-Zdroju,**
- **Opatowie,**
- **Ożarowie.**

Zawód ten ma charakter silnie rozproszony, co odzwierciedla popyt na usługi codzienne.

Motoryzacja: W branży motoryzacyjnej dominują:

- **mechanicy,**
- **elektromechanicy,**
- **mechanicy samochodowi,**
- **lakiernicy i blacharze.**

Warsztaty ogólnomechaniczne występują w większości gmin, natomiast specjalizacje (elektromechanika, lakiernictwo) koncentrują się głównie w większych ośrodkach, zwłaszcza w Kielcach, Busku-Zdroju i Skarżysku-Kamiennej.

Instalacje i budownictwo: Zawody instalacyjne (elektryk, hydraulik, monter sieci) oraz budowlane (murarz-tylnik, wykończenia) są równomiernie rozproszone. Największe skupiska występują w:

- **Kielcach,**
- **Bielinach,**
- **Bańkowicach,**
- **Busku-Zdroju.**

Produkcja / rzemiosło tradycyjne: Stolarze, piekarze, cukiernicy i krawcy działają głównie w mniejszych miejscowościach oraz na obrzeżach większych miast. Najwięcej zakładów stolarskich funkcjonuje w:

- **Kielcach,**
- **Ożarowie,**
- **Łagowie,**
- **Cedzynie,**

- **Sobkowie.**

ROZMIESZCZENIE GEOGRAFICZNE ZAKŁADÓW

Kielce stanowią największy i najbardziej zróżnicowany rynek usług w regionie. Występują tu wszystkie branże i wszystkie zawody, a szczególnie:

- fryzjerstwo,
- mechanika pojazdowa,
- instalacje,
- stolarstwo,
- usługi specjalistyczne (np. florystyka, zegarmistrzostwo).

Miasto pełni funkcję centralną dla całego obszaru.

Busko-Zdrój charakteryzuje się wysoką koncentracją:

- usług fryzjerskich,
- gastronomii,
- usług motoryzacyjnych,
- usług instalacyjnych.

Struktura ta wynika z funkcji uzdrowiskowej i dużego ruchu turystycznego.

Opatów i Ożarów, w obu miastach dominuje stabilny zestaw usług podstawowych:

- fryzjerstwo,
- mechanika pojazdowa,
- usługi budowlane,
- stolarstwo.

Są to rynki lokalne obsługujące mieszkańców i okoliczne miejscowości.

W mniejszych miejscowościach takich jak:

- **Strawczyn,**
- **Łągów,**
- **Piekoszów,**
- **Bieliny,**
- **Baćkowice,**
- **Górno,**
- **Mójcza,**

dominują warsztaty samochodowe, elektromechanicy oraz zakłady instalacyjne. Są to usługi o charakterze mobilnym, często prowadzonym w formule przydomowej.

PODSUMOWANIE

Struktura zidentyfikowanych zakładów usługowych wskazuje na wyraźną dominację dwóch branż: **usług osobistych** oraz **motoryzacji**. Obie grupy charakteryzują się największą liczbą podmiotów oraz największym zróżnicowaniem zawodowym. Usługi osobiste, przede wszystkim fryzjerstwo, koncentrują się w ośrodkach miejskich, zwłaszcza w Kielcach i Busku-Zdroju, gdzie obserwuje się największe nasycenie tego typu działalności. Branża motoryzacyjna ma charakter bardziej rozproszony i jest obecna zarówno w miastach powiatowych, jak i

w mniejszych miejscowościach, co odzwierciedla powszechne zapotrzebowanie na usługi naprawcze i diagnostyczne.

Branże **instalacyjne** oraz **budowlane** tworzą stabilny segment usług technicznych, często realizowanych w formule mobilnej. Ich rozmieszczenie jest równomierne, a największe skupiska występują w Kielcach, Bielinach, Baćkowicach i Busku-Zdroju. **Produkcja rzemieślnicza**, obejmująca stolarstwo, piekarstwo, cukiernictwo i krawiectwo, zachowuje lokalny charakter i jest silnie związana z tradycją oraz zapotrzebowaniem społeczności lokalnych. Występuje głównie w mniejszych miejscowościach oraz na obrzeżach większych miast.

Analiza rozmieszczenia geograficznego wskazuje, że **Kielce** pełnią funkcję centralnego rynku usług, oferując największą różnorodność zawodów i najwyższe nasycenie działalności gospodarczej. **Busko-Zdrój** wyróżnia się koncentracją usług osobistych i gastronomicznych, co jest związane z funkcją uzdrowiskową miasta. **Opatów** i **Ożarów** utrzymują stabilny zestaw usług podstawowych, natomiast mniejsze miejscowości, takie jak Strawczyn, Łągów, Piekoszów czy Bieliny, specjalizują się w usługach technicznych, zwłaszcza motoryzacyjnych i instalacyjnych.

1.8.4 ŚWIĘTOKRZYSKIE SZKOŁY RZEMIEŚLNICZE

W Kielcach istotnym elementem systemu kształcenia zawodowego są **szkoły rzemieślnicze prowadzone przez Izbę Rzemieślników i Przedsiębiorców**, funkcjonujące w roku szkolnym 2025/2026 zgodnie z danymi Rejestru Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO). W skład tego zespołu wchodzi: **Rzemieślnicza Szkoła Branżowa I stopnia, Rzemieślnicza Szkoła Branżowa II stopnia** oraz **Rzemieślnicze Centrum Kształcenia Ustawicznego i Zawodowego**. Placówki te stanowią integralny element systemu edukacji zawodowej w regionie, łącząc kształcenie teoretyczne z praktyczną nauką zawodu realizowaną w zakładach rzemieślniczych.

W roku szkolnym 2025/2026 w szkołach tych kształcą się łącznie **429 uczniów**, w tym **262 uczniów w szkole branżowej I stopnia** oraz **167 uczniów w szkole branżowej II stopnia**. Oferta edukacyjna obejmuje szeroki zakres zawodów rzemieślniczych. Na poziomie szkoły branżowej I stopnia są to m.in.: kelner, kucharz, fryzjer, sprzedawca, kamieniarz, betoniarz-zbrojarz, cieśla, dekarz, kominiarz, blacharz, blacharz samochodowy, operator obrabiarek skrawających, ślusarz, kowal, mechanik-monter maszyn i urządzeń, mechanik pojazdów samochodowych, elektryk, elektromechanik, elektromechanik pojazdów samochodowych, cukiernik, piekarz, stolarz, krawiec, tapicer, monter zabudowy i robót wykończeniowych w budownictwie, murarz-tylnkarz, mechanik motocyklowy, monter sieci i instalacji sanitarnych, pracownik obsługi hotelowej, lakiernik samochodowy, drukarz offsetowy oraz przetwórcza mięsa. Na poziomie szkoły branżowej II stopnia kształcenie obejmuje zawody techniczne, w tym m.in.: technik budownictwa, technik elektroniki, technik elektryk, technik mechanik, technik technologii drewna, technik technologii żywności, technik handlowiec, technik hotelarstwa, technik usług fryzjerskich, technik pojazdów samochodowych, technik żywienia i usług gastronomicznych, technik robót wykończeniowych w budownictwie, technik inżynierii sanitarnej oraz technik usług kelnerskich.

Uzupełnieniem oferty edukacyjnej jest działalność **Rzemieślniczego Centrum Kształcenia Ustawicznego i Zawodowego**, które – poza funkcją wspierającą szkoły branżowe – prowadzi również **kwalifikacyjne kursy zawodowe (KKZ)**. Kursy te umożliwiają osobom dorosłym uzyskanie kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych lub uzupełnienie posiadanych kompetencji, stanowiąc ważny element systemu kształcenia ustawicznego w regionie. Dzięki temu Centrum pełni istotną rolę w podnoszeniu kwalifikacji zawodowych mieszkańców województwa oraz w elastycznym reagowaniu na potrzeby lokalnego rynku pracy. Rzemieślnicze KKZ prowadzone są także przez inne podmioty, jak szkoły branżowe.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie **kwalifikacyjnych kursów zawodowych (KKZ)** prowadzonych na terenie województwa świętokrzyskiego w roku szkolnym 2025/2026, ograniczone wyłącznie do **zawodów rzemieślniczych** zgodnych z oficjalną listą 131 zawodów rzemieślniczych. Dane pochodzą z Rejestru Szkół i Placówek Oświatowych (RSPO) i obejmują wszystkie typy podmiotów prowadzących kształcenie ustawiczne i

zawodowe: centra kształcenia zawodowego, centra kształcenia ustawicznego oraz branżowe szkoły II stopnia, o ile realizują one KKZ.

W tabeli ujęto wyłącznie te kursy, które spełniają **dwa kryteria**:

- są **kwalifikacyjnymi kursami zawodowymi (KKZ)**,
- **dotyczą zawodów rzemieślniczych** z listy przekazanej przez Izbę Rzemieślników i Przedsiębiorców.

Wszystkie pozostałe kursy — w zawodach nierzemieślniczych (np. technik informatyk, technik administracji, technik logistyk), w zawodach rolniczych (rolnik, technik rolnik, technik agrobiznesu, pszczelarz, ogrodnik) oraz kursy realizowane w szkołach branżowych I stopnia i technikach — zostały pominięte zgodnie z przyjętą metodologią.

Tabela obejmuje **pełny zestaw KKZ rzemieślniczych dostępnych w regionie**, wraz z informacją o lokalizacji, typie placówki, kwalifikacji kursu, zawodzie oraz liczbie uczestników. Najczęściej realizowane kursy dotyczą zawodów: **elektryk, operator obrabiarek skrawających, monter zabudowy i robót wykończeniowych w budownictwie, technik robót wykończeniowych, krawiec, technik przemysłu mody, technik usług fryzjerskich, technik pojazdów samochodowych, kucharz, cukiernik oraz technik żywienia i usług gastronomicznych**. Kursy te prowadzone są głównie przez centra kształcenia zawodowego i ustawicznego w Ostrowcu Świętokrzyskim, Skarżysku-Kamiennej, Starachowicach oraz Kielcach.

Tabela 7. Kwalifikacyjne kursy zawodowe (KKZ) w zawodach rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim

Powiat	Miejscowość	Placówka	KKZ	Zawód	Liczba uczestników
konecki	Końskie	Branżowa Szkoła II Stopnia „Uniwerek”	FRK.03	Technik usług fryzjerskich	20
konecki	Końskie	Branżowa Szkoła II Stopnia „Uniwerek”	MOT.06	Technik pojazdów samochodowych	33
opatowski	Ożarów	Branżowa Szkoła I stopnia	MEC.11	Operator obrabiarek skrawających	32
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	CKU ze szkołami	ELE.02	Elektryk / Technik elektryk	38
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	CKU ze szkołami	HGT.02	Kucharz	17
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	CKU ze szkołami	HGT.02	Technik żywienia i usług gastronomicznych	17
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	CKU ze szkołami	SPC.01	Cukiernik	21
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	CKU ze szkołami	MOD.11	Technik przemysłu mody	16
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	Branżowa Szkoła II stopnia	FRK.03	Technik usług fryzjerskich	18
ostrowiecki	Ostrowiec Św.	Branżowa Szkoła II stopnia	MOT.06	Technik pojazdów samochodowych	34
skarżyski	Skarżysko-Kamienna	CKZ	BUD.11	Monter zabudowy i robót wykończeniowych	22
skarżyski	Skarżysko-Kamienna	CKZ	BUD.11	Technik robót wykończeniowych	22
skarżyski	Skarżysko-Kamienna	CKZ	ELE.02	Elektryk / Technik elektryk	44
starachowicki	Starachowice	Branżowa Szkoła II stopnia	FRK.03	Technik usług fryzjerskich	39
starachowicki	Starachowice	Branżowa Szkoła II stopnia	HGT.12	Technik żywienia i usług gastronomicznych	41
starachowicki	Starachowice	Branżowa Szkoła II stopnia	MOT.06	Technik pojazdów samochodowych	52
starachowicki	Starachowice	CKZ	BUD.11	Monter zabudowy i robót wykończeniowych	23
starachowicki	Starachowice	CKZ	BUD.11	Technik robót wykończeniowych	23
starachowicki	Starachowice	CKZ	ELE.02	Elektryk / Technik elektryk	27
starachowicki	Starachowice	CKZ	MEC.05	Operator obrabiarek skrawających	23
m. Kielce	Kielce	CKZ Kielce	MOD.03	Krawiec	25
m. Kielce	Kielce	CKZ Kielce	MOD.03	Technik przemysłu mody	25
m. Kielce	Kielce	CKZ Kielce	DRM.08	Technik technologii drewna	14
m. Kielce	Kielce	Branżowa Szkoła II stopnia	BUD.20	Technik inżynierii sanitarnej	18

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych RSPO „Uczestnicy kwalifikacyjnych kursów zawodowych w roku szkolnym 2025/2026”.

1.8.5 SYSTEM POTWIERDZANIA KWALIFIKACJI RZEMIEŚLNICZYCH W REGIONIE

Potwierdzeniem kwalifikacji rzemieślniczych w Polsce jest **zdanie egzaminu czeladniczego lub mistrzowskiego**, organizowanego przez izby rzemieślnicze oraz ich komisje egzaminacyjne. Zgodnie z *Ustawą o rzemiośle* oraz *rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z 10 stycznia 2017 r.*, izby rzemieślnicze mają ustawowe prawo powoływania komisji egzaminacyjnych przeprowadzających egzaminy czeladnicze, mistrzowskie i sprawdzające. Dodatkowo, na mocy *Ustawy o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (ZSK) z 2015 r.*, izby uzyskały status **instytucji certyfikujących**.

Izby rzemieślnicze mają obowiązek zgłaszania powoływanych komisji egzaminacyjnych do **Związku Rzemiosła Polskiego (ZRP)**, który pełni funkcję instytucji nadzorującej z ramienia Ministra Edukacji Narodowej. Ustawa o ZSK dodatkowo wzmocniła rolę ZRP, nadając mu status **Instytucji Zapewniającej Jakość** w obszarze egzaminów rzemieślniczych. W skali kraju izby rzemieślnicze powołały ponad **1200 komisji czeladniczych** i ponad **1100 komisji mistrzowskich**, a wraz z rozwojem rynku pracy powstają kolejne komisje, m.in. w zawodach kucharz i kelner. W pracach komisji uczestniczy ponad **8100 fachowców**, w tym rzemieślnicy prowadzący działalność gospodarczą oraz nauczyciele szkół zawodowych.

Zgodnie z informacjami ZRP (stan na październik 2025 r.)¹²⁸, **komisja egzaminacyjna działająca przy Izbie Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach** może organizować egzaminy w następujących zawodach rzemieślniczych:

- **Zawody metalowe i mechaniczne:** Blacharz, Kowal, Ślusarz, Operator obrabiarek skrawających, Mechanik-monter maszyn i urządzeń, Mechanik pojazdów samochodowych, Mechanik motocyklowy, Elektromechanik pojazdów samochodowych, Elektromechanik, Elektromechanik urządzeń chłodniczych, Elektromechanik sprzętu gospodarstwa domowego, Wulkanizator, Rusznikarz.
- **Zawody motoryzacyjne i lakiernicze:** Blacharz samochodowy, Lakiernik, Lakiernik samochodowy.
- **Zawody elektryczne i elektroniczne:** Elektryk, Monter elektronik, Elektronik.
- **Zawody budowlane:** Betoniarz, Betoniarz-zbrojarz, Kamieniarz, Sztukator, Szklarz budowlany, Cieśla, Dekarz, Malarz-tapeciarz, Murarz, Murarz-tylnik, Posadzkarz, Glazurnik, Monter izolacji budowlanych, Monter instalacji gazowych, Monter sieci ciepłych, Monter sieci gazowych, Monter sieci wodnych i kanalizacyjnych, Monter sieci i instalacji sanitarnych, Monter zabudowy i robót wykończeniowych w budownictwie.
- **Zawody drzewne i poligraficzne:** Stolarz, Stolarz budowlany, Stolarz meblowy, Operator procesów introligatorskich, Drukarz, Drukarz fleksograficzny, Drukarz offsetowy.
- **Zawody usługowe i spożywcze:** Krawiec, Kucharz, Cukiernik, Piekarz, Kelner, Fryzjer, Kosmetyczka, Wizażystka/stylistka, Florysta, Przetwórcza mięsa.
- **Zawody komunalne i specjalistyczne:** Kominiarz¹²⁹.

Sama **Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach** podaje, że przeprowadza egzaminy na tytuł zawodowy mistrza i czeladnika w następujących zawodach¹³⁰:

- | | | |
|------------------------|---------------------------|-------------------|
| • Betoniarz | • Cukiernik | • Elektromechanik |
| • Betoniarz zbrojarz | • Dekarz | pojazdów |
| • Blacharz | • Drukarz | samochodowych |
| • Blacharz samochodowy | • Drukarz fleksograficzny | • Elektronik |
| • Brukarz | • Drukarz offsetowy | • Elektryk |
| • Cieśla | • Elektromechanik | • Florysta |

¹²⁸ Opracowano na podstawie: [Komisje egzaminacyjne | Związek Rzemiosła Polskiego](#)

¹²⁹ Opracowano na podstawie: [Ogólny Wykaz Komisji Egzaminacyjnych w poszczególnych zawodach rzemieślniczych-13.10.2025.xlsx](#)

¹³⁰ [Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach - Zawody, w których nadajemy kwalifikacje](#)

- Fryzjer
- Glazurnik
- Kamieniarz
- Kelner
- Kominiarz
- Kosmetyczka
- Kowal
- Krawiec
- Kucharz
- Lakiernik
- Lakiernik samochodowy
- Malarz tapeciarsz
- Mechanik monter maszyn i urządzeń
- Mechanik motocyklowy
- Mechanik pojazdów samochodowych
- Monter elektronik
- Monter instalacji gazowych
- Monter izolacji budowlanych
- Monter sieci ciepłych
- Monter sieci gazowych
- Monter sieci i instalacji sanitarnych
- Monter sieci wodnych i kanalizacyjnych
- Monter zabudowy i robót wykończeniowych w budownictwie
- Murarz
- Murarz tynkarz
- Operator obrabiarek skrawających
- Operator procesów introligatorskich
- Piekarz
- Posadzkarz
- Przetwórcza mięsa
- Stolarz
- Stolarz budowlany
- Stolarz meblowy
- Szklarz budowlany
- Sztukator
- Ślusarz
- Wizażystka/stylistka
- Wulkanizator

SYSTEM EGZAMINÓW RZEMIEŚLNICZYCH REALIZOWANYCH PRZEZ IZBĘ RZEMIEŚLNIKÓW I PRZEDSIĘBIORCÓW W KIELCACH¹³¹

Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach realizuje trzy typy egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe: **egzamin czeladniczy**, **egzamin mistrzowski** oraz **egzamin sprawdzający**. Są one elementem ogólnopolskiego systemu certyfikacji kwalifikacji rzemieślniczych, funkcjonującego na podstawie *Ustawy o rzemiośle, rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z 10 stycznia 2017 r.* oraz *Ustawy o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji*. Egzaminy te stanowią formalne potwierdzenie umiejętności zawodowych i są uznawane zarówno przez pracodawców, jak i instytucje publiczne.

Do **egzaminu czeladniczego** Izba dopuszcza osoby, które spełniają **co najmniej jeden** z poniższych warunków:

1. Ukończyły naukę zawodu u rzemieślnika jako młodociani pracownicy oraz zrealizowały doszkalać teoretyczne w szkole lub w formach pozaszkolnych.
2. Posiadają świadectwo ukończenia gimnazjum lub ośmioletniej szkoły podstawowej oraz ukończyły kształcenie ustawiczne w formie pozaszkolnej obejmujące umiejętności zawodowe właściwe dla zawodu egzaminowanego.
3. Są uczestnikami praktycznej nauki zawodu dorosłych, o której mowa w art. 53c ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.
4. Posiadają świadectwo ukończenia gimnazjum lub ośmioletniej szkoły podstawowej oraz **co najmniej trzyletni staż pracy w zawodzie** egzaminowanym.
5. Ukończyły szkołę ponadgimnazjalną lub ponadpodstawową prowadzącą kształcenie zawodowe w kierunku związanym z zawodem egzaminowanym.
6. Posiadają tytuł zawodowy w zawodzie pokrewnym oraz **co najmniej półroczny staż pracy** w zawodzie egzaminowanym.
7. Posiadają świadectwo ukończenia gimnazjum lub ośmioletniej szkoły podstawowej oraz zaświadczenie o zdaniu egzaminu sprawdzającego lub świadectwo potwierdzające kwalifikację w zawodzie, a także **co najmniej roczny staż pracy** po uzyskaniu tego dokumentu.

¹³¹ Opracowano na podstawie informacji [Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców w Kielcach - Start](#), zakładka „EGZAMINY”.

Egzamin mistrzowski potwierdza najwyższy poziom kwalifikacji zawodowych. Do egzaminu dopuszcza się osoby, które spełniają **co najmniej jeden** z poniższych warunków:

1. Posiadają świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej lub ponadpodstawowej oraz tytuł czeladnika (lub równorzędny) w zawodzie egzaminowanym, a także:
 - 1.1. co najmniej **trzyletni staż pracy** po uzyskaniu tytułu zawodowego, **lub**
 - 1.2. co najmniej **sześćioletni staż pracy** w zawodzie, liczony łącznie przed i po uzyskaniu tytułu.
2. Posiadają świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej lub ponadpodstawowej oraz **sześćioletni staż pracy w zawodzie**, wykonywany w ramach samodzielnie prowadzonej działalności gospodarczej.
3. Posiadają świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej lub ponadpodstawowej oraz tytuł czeladnika (lub równorzędny) w zawodzie pokrewnym, a także co najmniej **trzyletni staż pracy** w zawodzie egzaminowanym.
4. Posiadają świadectwo ukończenia szkoły ponadgimnazjalnej lub ponadpodstawowej oraz tytuł mistrza w zawodzie pokrewnym oraz co najmniej **roczny staż pracy** w zawodzie egzaminowanym.
5. Ukończyły szkołę średnią kształcąca w zawodzie pokrewnym oraz posiadają tytuł zawodowy w zawodzie wchodzącym w zakres zawodu egzaminowanego, a także co najmniej **dwuletni staż pracy** po uzyskaniu tytułu.
6. Posiadają dyplom ukończenia szkoły wyższej w zakresie związanym z zawodem egzaminowanym oraz co najmniej **roczny staż pracy** w zawodzie.

Egzamin sprawdzający jest przeznaczony natomiast dla osób, które:

- ukończyły **kształcenie ustawiczne w formie pozaszkolnej** w zakresie umiejętności zawodowych właściwych dla danego zawodu,
- posiadają **zaświadczenie potwierdzające ukończenie tej formy kształcenia**,
- odbyły przyuczenie do wykonywania określonej pracy.

Każdy z egzaminów ma odmienny cel, ale wszystkie służą temu samemu — rzetelnemu potwierdzeniu umiejętności zawodowych zdobytych w toku nauki, praktyki lub wieloletniego doświadczenia. Izba dopuszcza do egzaminów osoby, które spełniają określone wymagania dotyczące wykształcenia, przygotowania zawodowego i stażu pracy, przy czym im wyższy poziom egzaminu, tym bardziej rozbudowane kryteria.

Niezależnie od rodzaju egzaminu, cały proces przebiega według podobnej logiki. Kandydat składa wymagane dokumenty, a po pozytywnej weryfikacji zostaje dopuszczony do egzaminu. Egzaminy mają charakter dwuczęściowy — **praktyczny i teoretyczny** — co pozwala ocenić zarówno faktyczne umiejętności zawodowe, jak i wiedzę niezbędną do bezpiecznego i samodzielnego wykonywania pracy.

Część praktyczna jest kluczowym elementem egzaminów rzemieślniczych. Kandydat wykonuje zadanie odzwierciedlające realne czynności zawodowe: przygotowuje wyrób, wykonuje usługę, montuje element, diagnozuje usterkę lub przeprowadza określony proces technologiczny. Egzamin odbywa się w zakładzie rzemieślniczym lub w warsztatach szkoleniowych, a jego przebieg nadzorują członkowie komisji egzaminacyjnej. Na poziomie mistrzowskim zadania są bardziej złożone i wymagają nie tylko biegłości technicznej, lecz także umiejętności organizacji pracy i oceny jakości.

Część teoretyczna odbywa się w siedzibie Izby i obejmuje egzamin pisemny oraz ustny. Kandydaci odpowiadają na pytania z zakresu rachunkowości zawodowej, dokumentacji działalności gospodarczej, rysunku zawodowego, przepisów BHP i ochrony przeciwpożarowej, ochrony środowiska, prawa pracy oraz podstaw przedsiębiorczości. W przypadku egzaminu mistrzowskiego zakres ten jest rozszerzony o elementy psychologii, pedagogiki i metodyki nauczania, ponieważ mistrz może pełnić funkcję instruktora praktycznej nauki zawodu. Egzamin sprawdzający, skierowany do osób po przyuczeniu zawodowym, obejmuje krótszy zestaw zagadnień — przede wszystkim teorię zawodową, BHP i ochronę środowiska.

Po zakończeniu egzaminu komisja sporządza protokół i ustala ocenę końcową na podstawie wyników obu części. Kandydat otrzymuje informację o wyniku bezpośrednio po zakończeniu egzaminu. Osoby, które zdały egzamin, uzyskują odpowiednio: **świadectwo czeladnicze**, **dyplom mistrzowski** lub **zaświadczenie o zdaniu egzaminu sprawdzającego** — dokumenty stanowiące formalne potwierdzenie kwalifikacji zawodowych w rzemiośle.

1.9 PROFIL I SYTUACJA FIRMY RZEMIEŚLNICZEJ W KRAJU I REGIONIE

PROFIL FIRMY RZEMIEŚLNICZEJ

Ustalenia przedstawione w niniejszym rozdziale mają charakter **autorskiego, syntetycznego podsumowania** przeprowadzonej analizy desk research. Zgromadzone źródła – obejmujące dokumenty strategiczne, raporty branżowe, opracowania historyczne, analizy PARP, dane GUS oraz literaturę przedmiotu – pozwoliły uchwycić wspólne cechy współczesnego rzemiosła, niezależnie od branży, lokalizacji czy formy prawnej. Profil firmy rzemieślniczej przedstawiony poniżej nie jest więc prostą kompilacją danych statystycznych, lecz **wyabstrahowanym modelem**, który porządkuje najważniejsze właściwości sektora i ułatwia zrozumienie jego specyfiki, potencjału oraz ograniczeń. Taka syntetyczna charakterystyka stanowi pomost między analizą desk research a rekomendacjami – pokazuje bowiem, jakie cechy strukturalne rzemiosła determinują jego potrzeby rozwojowe oraz wrażliwość na zmiany otoczenia społeczno-gospodarczego.

Współczesna firma rzemieślnicza w Polsce stanowi specyficzny typ mikroprzedsiębiorstwa, którego funkcjonowanie jest silnie zakorzenione w tradycji, pracy własnej i relacjach lokalnych. Analiza desk research pokazuje, że rzemiosło – mimo ogromnej różnorodności branż – posiada zestaw wspólnych cech strukturalnych, które odróżniają je zarówno od klasycznych mikrofirm usługowych, jak i od przedsiębiorstw produkcyjnych. Fundamentem działalności jest **osobista praca rzemieślnika**, jego kwalifikacje zawodowe oraz reputacja budowana latami. To właśnie kompetencje fachowe – często potwierdzone egzaminami czeladniczymi lub mistrzowskimi – stanowią główne źródło przewagi konkurencyjnej.

Horyzont działania firm rzemieślniczych jest zazwyczaj **krótki i operacyjny**. Decyzje podejmowane są szybko, jednoosobowo, bez rozbudowanych procedur czy planowania strategicznego. Perspektywa wieloletnia pojawia się głównie w zawodach tradycyjnych i rodzinnych, gdzie funkcjonuje model mistrz–uczeń i myślenie generacyjne. W większości przypadków jednak rzemiosło działa w logice bieżącego utrzymania działalności, reagując na potrzeby klientów i zmiany popytu.

Skala działania jest **lokalna lub regionalna**, silnie związana z indywidualnymi potrzebami odbiorców. Rzemiosło funkcjonuje w niszach, w których kluczowe znaczenie ma personalizacja, naprawa, renowacja lub wytwarzanie unikatowych produktów. Relacja z klientem ma charakter bezpośredni, oparty na zaufaniu, rekomendacjach i reputacji. Marketing pozostaje tradycyjny, a obecność w mediach społecznościowych – choć rośnie – nadal nie jest standardem.

Styl zarządzania w firmach rzemieślniczych ma charakter **paternalistyczny**, oparty na autorytecie właściciela. „Firma to ja” – to podejście widoczne zarówno w sposobie organizacji pracy, jak i w relacjach z pracownikami czy uczniami. Wsparcie rodziny odgrywa tu ogromną rolę: obejmuje pomoc w prowadzeniu działalności, wsparcie finansowe, udostępnienie lokalu, a także obsługę administracyjną. W praktyce wiele firm rzemieślniczych funkcjonuje jako nieformalny biznes rodzinny, nawet jeśli formalnie jest to jednoosobowa działalność gospodarcza.

Jednocześnie sektor charakteryzuje się **niskimi kompetencjami menedżerskimi**, szczególnie w obszarach finansów, marketingu, digitalizacji i zarządzania strategicznego. To ogranicza zdolność do skalowania działalności, pozyskiwania finansowania czy wchodzenia na nowe rynki. Zdolności adaptacyjne są ograniczone – rzemiosło reaguje na zmiany powoli, a wrażliwość na wstrząsy gospodarcze jest wysoka. Wiele firm nie posiada

poduszki finansowej, a rosnące koszty prowadzenia działalności, presja regulacyjna i konkurencja z krajów taniej siły roboczej stanowią realne bariery rozwoju.

Zatrudnienie w firmach rzemieślniczych jest zazwyczaj **bardzo niskie**. Dominują jednoosobowe działalności, a pozyskanie pracowników – zwłaszcza młodych – jest trudne. Problem sukcesji jest jednym z najpoważniejszych wyzwań: starzenie się rzemieślników, spadek liczby uczniów i brak następców prowadzą do zaniku wielu zawodów. Jednocześnie rzemieślnicy postrzegają siebie jako depozytariuszy unikalnych kompetencji i etosu pracy, co wzmacnia ich tożsamość zawodową, ale nie zawsze przekłada się na gotowość do zmian.

Społeczny odbiór rzemiosła pozostaje ambiwalentny. Z jednej strony rośnie zainteresowanie produktami unikatowymi, trwałymi i wykonywanymi ręcznie, co napędza współczesny renesans rzemiosła. Z drugiej – wciąż silne są stereotypy kojarzące rzemiosło z drobną, archaiczną wytwórczością, co utrudnia postrzeganie go jako nowoczesnego sektora gospodarczego i atrakcyjnego miejsca pracy.

W efekcie współczesna firma rzemieślnicza to podmiot o **bardzo wysokich kompetencjach fachowych**, silnym zakorzenieniu lokalnym i unikalnej wartości kulturowej, ale jednocześnie o **niskiej zdolności adaptacyjnej**, ograniczonych zasobach finansowych i słabych kompetencjach zarządczych. To właśnie ta strukturalna asymetria – wysoka jakość rzemiosła przy niskiej odporności biznesowej – stanowi klucz do zrozumienia potrzeb sektora i uzasadnia konieczność dedykowanych działań rozwojowych.

Tabela 8. Profil firmy rzemieślniczej

Kryterium	Charakterystyka wynikająca z analizy desk research
Horyzont działania	Krótki, operacyjny, skoncentrowany na bieżącej działalności; rzadko planowanie strategiczne; perspektywa generacyjna występuje głównie w zawodach tradycyjnych i rodzinnych.
Czynniki sukcesu (baza rozwoju)	Praca własna rzemieślnika, wysoka jakość wykonania, tradycja i doświadczenie, kwalifikacje potwierdzone egzaminami czeladniczymi/mistrzowskimi; reputacja i zaufanie klientów.
Skala działania	Mikroprzedsiębiorstwo; działalność lokalna lub regionalna; silne zakorzenienie w społeczności; niszowość i indywidualizacja usług.
Ścieżka decyzyjna	Krótką, jednoosobową; właściciel odpowiada za wszystkie decyzje operacyjne, finansowe i strategiczne; brak formalnych struktur zarządczych.
Sposób komunikacji / styl zarządzania	Styl paternalistyczny, oparty na autorytecie mistrza; „firma to ja”; zarządzanie intuicyjne, oparte na doświadczeniu, nie na procedurach.
Wsparcie rodziny	Bardzo duże — pomoc w prowadzeniu działalności, wsparcie finansowe, udostępnienie lokalu, pomoc administracyjna; częste funkcjonowanie jako firma rodzinna.
Bariera rozwoju	Ograniczenia finansowe, niska dostępność kapitału, rosnące koszty prowadzenia działalności, presja regulacyjna, konkurencja z krajów taniej siły roboczej, brak dużych zleceniodawców.
Zatrudnienie	Zwykle bardzo niskie; dominacja jednoosobowych działalności; niewielka liczba pracowników najemnych; trudności w pozyskaniu uczniów i pracowników.
Zdolności adaptacyjne	Niskie; powolna reakcja na zmiany technologiczne, rynkowe i regulacyjne; wysoka wrażliwość na wstrząsy gospodarcze i zmiany popytu.
Kompetencje menedżerskie	Ograniczone — szczególnie w obszarach marketingu, sprzedaży, finansów, digitalizacji i zarządzania strategicznego.
Kompetencje fachowe	Bardzo wysokie; często unikalne, niszowe, potwierdzone dyplomami izb rzemieślniczych; wysoki etos pracy i przywiązanie do jakości.

Kryterium	Charakterystyka wynikająca z analizy desk research
Autoidentyfikacja	Postrzeganie siebie jako depozytariusza zanikającej wiedzy, tradycji i etosu; silna tożsamość zawodowa; poczucie misji.
Społeczny odbiór	Często stereotypowy — rzemiosło kojarzone z drobną wytwórczością, archaicznymi metodami; niska świadomość nowoczesnych profesji rzemieślniczych; niedocenywanie roli rzemiosła w kształceniu zawodowym.
Zdolność do współdziałania	Niska; ograniczona współpraca między firmami; brak platform kooperacji; niski poziom zrzeszenia po 1989 r.; rozproszenie sektora.
Technologie i cyfryzacja	Niski poziom technologiczny; ograniczone wykorzystanie narzędzi cyfrowych; rosnąca, ale wciąż niewystarczająca obecność w mediach społecznościowych i e-commerce.
Model biznesowy	Oparty na personalizacji, usługach „szytych na miarę”, renowacji, naprawach, unikalnych wyrobach; niski wolumen, wysoka pracochłonność.
Relacja z klientem	Bezpośrednia, oparta na zaufaniu i relacjach osobistych; kluczowa rola rekomendacji i reputacji; marketing głównie tradycyjny.
Sukcesja	Problem strukturalny — starzenie się rzemieślników, brak następców, spadek liczby uczniów; ryzyko zaniku zawodów.
Pozycja w gospodarce	Ważny segment mikroprzedsiębiorstw; istotna rola w usługach lokalnych, edukacji zawodowej i utrzymaniu kompetencji kulturowych; niewidoczność w statystyce publicznej.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie analizy desk research.

SWOT SYTUACJI RYNKOWO-ROZWOJOWEJ FIRMY RZEMIEŚLNICZEJ

Pogłębieniem profilu firmy rzemieślniczej jest analiza sytuacji rynkowo-rozwojowej tych przedsiębiorstw. Analiza SWOT przedstawiona poniżej stanowi **autorską syntezę ustaleń desk research**, obejmującą zarówno dane historyczne, prawne i instytucjonalne, jak i współczesne trendy, bariery oraz potencjały rozwojowe rzemiosła. Jej celem jest uchwycenie strukturalnych cech sektora, które determinują sposób funkcjonowania firm rzemieślniczych oraz ich wrażliwość na zmiany otoczenia społeczno-gospodarczego. SWOT nie jest więc prostym zestawieniem zalet i wad, lecz **narzędziem interpretacyjnym**, które pozwala zrozumieć, dlaczego rzemiosło – mimo wysokich kompetencji fachowych i rosnącego zainteresowania społecznego – wciąż napotyka na liczne bariery rozwojowe. Analiza ta stanowi pomost między diagnozą a rekomendacjami, wskazując, które elementy wymagają wsparcia systemowego, a które mogą stać się fundamentem dalszego wzrostu sektora.

SILNE STRONY (Strengths)

- **Bardzo wysokie kompetencje fachowe**, często unikalne, niszowe, potwierdzone egzaminami czeladniczymi i mistrzowskimi.
- **Wysoka jakość wykonania**, dbałość o detal, indywidualizacja usług i produktów.
- **Krótki proces decyzyjny** — właściciel podejmuje decyzje szybko, bez biurokracji.
- **Silne zakorzenienie lokalne** — znajomość rynku, relacje z klientami, reputacja.
- **Etos pracy i tradycja** — poczucie misji, odpowiedzialności i ciągłości zawodowej.
- **Wsparcie rodziny** — pomoc operacyjna, finansowa, lokalowa, administracyjna.
- **Możliwość świadczenia usług „szytych na miarę”** — przewaga nad produkcją masową.
- **Elastyczność w zakresie oferty** — możliwość łączenia usług, renowacji, napraw, projektowania.
- **Rola edukacyjna** — zapewnianie miejsc nauki zawodu, model mistrz–uczeń.
- **Rosnący popyt na produkty unikatowe i trwałe** — zgodność z trendami „slow”, zero-waste, premium.
- **Renesans rzemiosła** — wzrost zainteresowania młodszych pokoleń nowymi formami rzemiosła.

SŁABOŚCI (Weaknesses)

- **Niskie kompetencje menedżerskie** — szczególnie w obszarze marketingu, finansów, sprzedaży i zarządzania strategicznego.
- **Ograniczony dostęp do finansowania** — niska zdolność kredytowa, brak zabezpieczeń, niechęć do ryzyka.
- **Niski poziom technologiczny i cyfrowy** — słaba digitalizacja, ograniczona obecność online.
- **Problemy sukcesyjne** — starzenie się rzemieślników, brak następców, spadek liczby uczniów.
- **Wysoka wrażliwość na zmiany otoczenia** — regulacje, koszty energii, ceny surowców, kryzysy gospodarcze.
- **Słaby i tradycyjny marketing** — dominacja rekomendacji, brak strategii komunikacji.
- **Niska zdolność do współdziałania** — rozproszenie sektora, niski poziom zrzeszenia, brak platform kooperacji.
- **Niewidoczność w statystyce publicznej** — brak kategorii „rzemiosło” w GUS/REGON/CEIDG.
- **Ograniczona skala działania** — mikroprzedsiębiorstwa, brak możliwości skalowania produkcji.
- **Niskie płace i słaba oferta pracy** — trudności w pozyskaniu pracowników i uczniów.
- **Brak czasu na rozwój** — właściciel wykonuje pracę, zarządza firmą i szkoli uczniów jednocześnie.

SZANSE (Opportunities)

- **Współczesny renesans rzemiosła** — rosnący popyt na produkty unikatowe, trwałe, personalizowane.
- **Trend ekologiczny i gospodarka obiegu zamkniętego** — naprawy, renowacje, recykling, lokalne surowce.
- **Nowe technologie** — druk 3D, CNC, projektowanie CAD, narzędzia cyfrowe dla małych firm.
- **Media społecznościowe jako „nowe witryny” warsztatów** — możliwość budowania marki i sprzedaży online.
- **Nowe formy współpracy** — makerspace’y, huby kreatywne, kooperatywy, współdzielone pracownie.
- **Zmiany legislacyjne (2024–2025)** — doprecyzowanie definicji rzemiosła, większa przejrzystość zasad.
- **Rosnące zainteresowanie dualnym kształceniem zawodowym** — potencjał w szkoleniu młodych.
- **Wzrost znaczenia usług lokalnych** — starzenie się społeczeństwa, potrzeba napraw i usług blisko domu.
- **Możliwość specjalizacji w niszach** — zawody ginące, rzemiosła artystyczne, renowacja zabytków.

ZAGROŻENIA (Threats)

- **Konkurencja z krajów taniej siły roboczej** — presja cenowa, import tanich produktów.
- **Zmiany demograficzne** — depopulacja, starzenie się społeczeństwa, odpływ młodych.
- **Zanik zawodów** — utrata kompetencji mistrzowskich, przerwanie ciągłości pokoleniowej.
- **Rosnące koszty prowadzenia działalności** — energia, surowce, najem, składki.
- **Presja regulacyjna** — wymogi środowiskowe, podatkowe, formalne.
- **Niestabilność gospodarcza i geopolityczna** — wrażliwość mikrofirm na wstrząsy.
- **Brak dużych zleceniodawców** — szczególnie w regionach o słabej strukturze gospodarczej.
- **Zmiana wzorców konsumpcji** — preferencja zakupu nowych produktów zamiast naprawy.
- **Niska atrakcyjność zawodów rzemieślniczych** — stereotypy, brak prestiżu, konkurencja edukacji ogólnej.
- **Technologiczne wypieranie tradycyjnych technik** — automatyzacja, standaryzacja usług.

Podsumowanie

Analiza SWOT pokazuje, że współczesne rzemiosło funkcjonuje w warunkach wyraźnej asymetrii: z jednej strony dysponuje silnymi atutami – wysokimi kompetencjami fachowymi, elastycznością oferty, zakorzenieniem lokalnym i etosem pracy – a z drugiej zmagają się z ograniczeniami, które utrudniają wykorzystanie tego

potencjału. W skali kraju słabości te są istotne, jednak **w województwie świętokrzyskim nabierają one szczególnej intensywności**, ponieważ nakładają się na nie strukturalne cechy regionalnej gospodarki.

Region charakteryzuje się **jednym z najniższych poziomów przedsiębiorczości w Polsce**, co potwierdzają zarówno syntetyczne wskaźniki PARP, jak i dane GUS. Struktura gospodarki opiera się niemal wyłącznie na mikroprzedsiębiorstwach — spośród ok. 69 tys. aktywnych podmiotów aż 66 tys. to firmy zatrudniające do 9 osób, a przedsiębiorstw dużych jest zaledwie 204. Oznacza to, że rzemiosło działa w środowisku, które sprzyja małej skali, ale jednocześnie **nie generuje naturalnych impulsów rozwojowych**, takich jak współpraca z dużymi firmami, stabilne łańcuchy kooperacyjne czy dostęp do nowoczesnych technologii.

Dodatkowo region zmagają się z **niekorzystnymi trendami demograficznymi**: depopulacją, starzeniem się społeczeństwa, odpływem młodych oraz spadkiem liczby studentów. To bezpośrednio wpływa na rzemiosło — ogranicza bazę klientów, zmniejsza liczbę potencjalnych uczniów i pracowników, a także utrudnia sukcesję. Wysokie kompetencje fachowe rzemieślników, będące jedną z największych sił sektora, są więc zagrożone brakiem następców i przerwaniem ciągłości pokoleniowej.

Jednocześnie województwo świętokrzyskie charakteryzuje się **niskimi dochodami mieszkańców** i jednymi z najniższych wynagrodzeń w kraju. To ogranicza popyt na produkty i usługi premium, które stanowią naturalny kierunek rozwoju dla wielu rzemiosł. W regionie o słabszej sile nabywczej trudniej jest budować ofertę opartą na unikalności, personalizacji czy wysokiej jakości materiałach — mimo że to właśnie te elementy stanowią przewagę rzemiosła.

Z drugiej strony, kontekst regionalny tworzy również **szanse**, które są szczególnie istotne dla rzemiosła. Silne zakorzenienie lokalne, tradycja zawodowa i rola rzemiosła w społecznościach mniejszych miejscowości sprawiają, że sektor ten może pełnić funkcję stabilizującą lokalne rynki pracy. W regionie o rozproszonej strukturze gospodarczej rzemiosło jest często jedynym dostawcą usług naprawczych, renowacyjnych czy specjalistycznych, co wzmacnia jego znaczenie społeczne. Ponadto rosnące zainteresowanie produktami lokalnymi, ekologicznymi i trwałymi może być szczególnie korzystne dla firm działających w regionach o silnej tożsamości kulturowej.

W efekcie SWOT rzemiosła w województwie świętokrzyskim ujawnia **podwójną logikę**:

- z jednej strony rzemiosło jest naturalnie dopasowane do struktury regionalnej gospodarki,
- z drugiej — ta sama struktura ogranicza jego możliwości rozwojowe.

Dlatego rzemiosło w regionie wymaga **ukierunkowanego wsparcia**, które nie tylko wzmacnia kompetencje biznesowe i cyfrowe, ale także odpowiada na specyficzne wyzwania demograficzne, edukacyjne i strukturalne województwa. Dopiero połączenie wysokiej jakości fachowej z nowoczesnymi narzędziami zarządzania i promocji pozwoli rzemiosłu w pełni wykorzystać szanse wynikające z przemian społecznych i gospodarczych — zarówno w skali kraju, jak i w kontekście świętokrzyskim.

2 WYNIKI BADANIA ILOŚCIOWEGO - BADANIE WSTĘPNE

Badanie ilościowe stanowi kluczowy etap projektu, którego celem jest precyzyjne oszacowanie skali i struktury rzemiosła w województwie świętokrzyskim. W pierwszej kolejności badanie pozwala określić **udział podmiotów rzemieślniczych w ogólnej populacji przedsiębiorstw** zarejestrowanych w regionie, co jest niezbędne z uwagi na brak jednoznacznej kategorii „rzemiosło” w statystyce publicznej. Równoległe analiza umożliwia **charakterystykę struktury sektora** – według profilu działalności, liczby zatrudnionych, czasu funkcjonowania na rynku oraz lokalizacji – a także porównanie firm rzemieślniczych z podmiotami prowadzącymi działalność pozarzemieślniczą pod kątem wybranych cech strukturalnych.

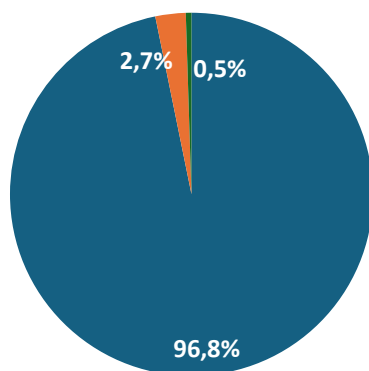
Badanie realizowane jest na **reprezentatywnej próbie przedsiębiorstw z sektora mikro, małych i średnich firm (MŚP)**. Minimalna liczebność próby wynosi **n = 1000 podmiotów**, zgodnie z wymaganiami OPZ, przy czym jednostką badania jest **właściciel lub osoba zarządzająca przedsiębiorstwem**, posiadająca wiedzę o profilu działalności i historii firmy. Dobór próby uwzględnia strukturę populacji przedsiębiorstw działających w regionie.

Według danych GUS, na dzień 31.12.2024 r. w województwie świętokrzyskim funkcjonowało **blisko 132 tysiące podmiotów gospodarki narodowej** wpisanych do rejestru REGON. Przyjęcie próby n=1000 pozwala na uzyskanie wiarygodnych i porównywalnych wyników, a jej struktura odzwierciedla proporcje występujące w populacji regionalnych MŚP. Dzięki temu możliwe jest przeprowadzenie rzetelnej diagnozy rzemiosła w regionie oraz identyfikacja jego specyfiki na tle ogółu przedsiębiorstw.

Struktura próby jednoznacznie potwierdza dominację najmniejszych podmiotów w regionalnej gospodarce. **Aż 96,8%** respondentów stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające nie więcej niż 9 pracowników. Firmy małe, zatrudniające od 10 do 49 osób, odpowiadały za **2,7%** próby, natomiast przedsiębiorstwa średnie – od 50 do 249 pracowników – stanowiły jedynie **0,5%** wszystkich badanych podmiotów.

Tak wyraźna przewaga mikrofirm jest zgodna z danymi GUS dotyczącymi struktury przedsiębiorstw w województwie świętokrzyskim i odzwierciedla rzeczywisty charakter lokalnej gospodarki, w której działalność gospodarcza opiera się przede wszystkim na najmniejszych podmiotach. Jednocześnie wyniki te potwierdzają zasadność przyjętej metodologii, zakładającej analizę rzemiosła w kontekście sektora MŚP, w którym mikroprzedsiębiorstwa pełnią rolę dominującą.

Wykres 1. Jak duża jest Państwa firma?



- Mikroprzedsiębiorstwo – zatrudniające nie więcej niż 9 pracowników
- Małe przedsiębiorstwo – zatrudniające od 10 do 49 pracowników
- Średnie przedsiębiorstwo – zatrudniające od 50 do 249 pracowników

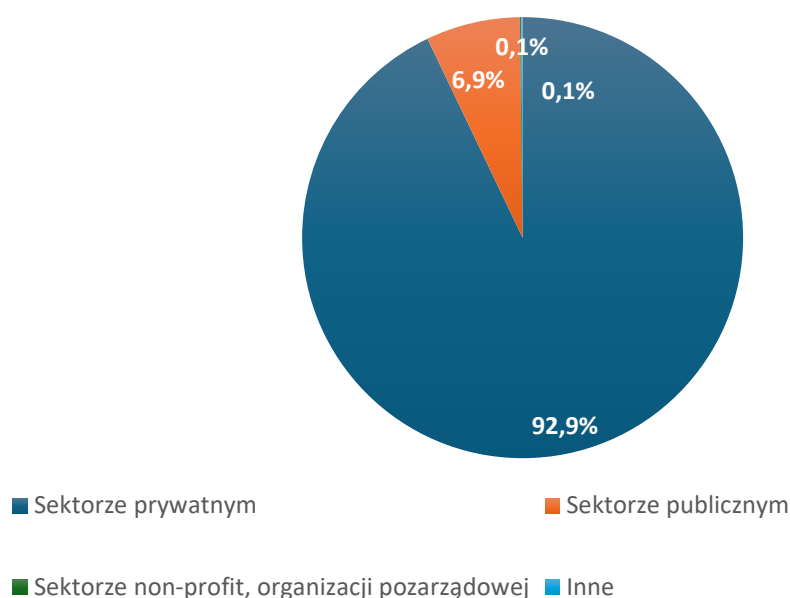
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Struktura sektorowa badanych podmiotów jednoznacznie potwierdza dominację przedsiębiorstw prywatnych w gospodarce regionu. **Aż 92,9%** firm uczestniczących w badaniu działa w sektorze prywatnym, co odzwierciedla charakterystyczny dla województwa świętokrzyskiego model gospodarki opartej na mikro- i małych podmiotach prowadzonych przez osoby fizyczne.

Znacznie mniejszy udział mają przedsiębiorstwa funkcjonujące w sektorze publicznym — stanowią one **6,9%** próby. Udział organizacji non-profit oraz podmiotów zaklasyfikowanych jako „inne” jest marginalny i wynosi po **0,1%**.

Tak jednoznaczna przewaga sektora prywatnego jest spójna z danymi GUS oraz wcześniejszymi ustaleniami desk research, wskazującymi na silną koncentrację aktywności gospodarczej w regionie wokół firm prywatnych, w tym rzemieślniczych. Jednocześnie struktura ta potwierdza zasadność przyjętej metodologii, w której analiza rzemiosła została osadzona w kontekście dominującego sektora prywatnego.

Wykres 2. W jakim sektorze działa Państwa firma?



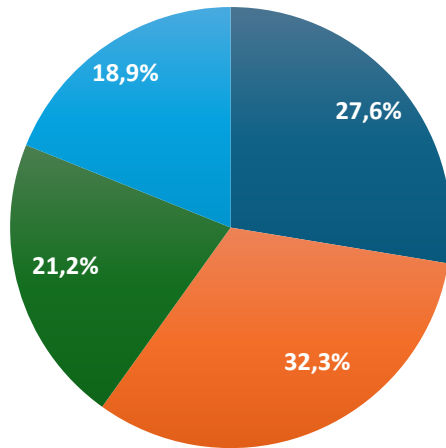
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Struktura lokalizacyjna badanych przedsiębiorstw pokazuje zróżnicowanie terytorialne sektora MŚP w województwie świętokrzyskim. Największa część firm ma siedzibę w miastach średniej wielkości — **32,3%** respondentów wskazało miejscowości liczące od 20 do 100 tys. mieszkańców. Niewiele mniejszy udział stanowią przedsiębiorstwa z dużych miast powyżej 100 tys. mieszkańców, które odpowiadają za **27,6%** próby.

Istotną grupę tworzą także firmy z mniejszych ośrodków miejskich — **21,2%** przedsiębiorstw działa w miastach poniżej 20 tys. mieszkańców. Natomiast **18,9%** badanych podmiotów ma siedzibę na obszarach wiejskich, co potwierdza znaczącą rolę wsi w strukturze gospodarczej regionu.

Rozkład ten dobrze odzwierciedla specyfikę województwa świętokrzyskiego, w którym działalność gospodarcza jest rozproszona pomiędzy miasta różnej wielkości oraz obszary wiejskie. Jednocześnie wyniki te stanowią ważny kontekst dla dalszej analizy rzemiosła, które tradycyjnie silnie zakorzenione jest zarówno w małych miastach, jak i na wsi.

Wykres 3. Wielkość miejscowości, w której ma siedzibę firma:



■ Miasto powyżej 100 tys. ■ Miasto od 20 tys. do 100 tys. ■ Miasto poniżej 20 tys. ■ Wieś

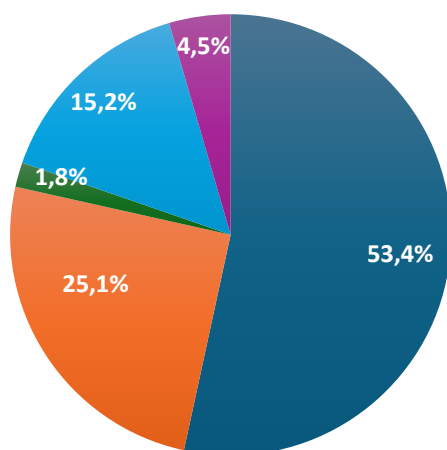
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Zasięg działalności firm uczestniczących w badaniu wskazuje, że sektor MŚP w województwie świętokrzyskim ma przede wszystkim charakter lokalny. **Ponad połowa przedsiębiorstw (53,4%)** działa wyłącznie na rynku lokalnym, nie obejmując swoim zasięgiem całego województwa. Kolejne **25,1%** firm funkcjonuje w skali regionalnej, obsługując obszar całego województwa świętokrzyskiego.

Znacznie mniejszy odsetek przedsiębiorstw deklaruje działalność wykraczającą poza region. **15,2%** firm działa ponadregionalnie, obejmując swoim zasięgiem co najmniej kilka województw. Zasięg ogólnopolski deklaruje jedynie **1,8%** podmiotów, natomiast działalność międzynarodową prowadzi **4,5%** badanych firm.

Struktura ta potwierdza, że gospodarka regionu opiera się przede wszystkim na firmach silnie zakorzenionych lokalnie, co jest charakterystyczne zarówno dla mikroprzedsiębiorstw, jak i dla tradycyjnego rzemiosła. Jednocześnie niewielki udział firm o zasięgu krajowym i międzynarodowym wskazuje na ograniczoną ekspansję zewnętrzną, typową dla regionów o rozproszonej strukturze osadniczej i przewadze najmniejszych podmiotów gospodarczych.

Wykres 4. Wielkość miejscowości, w której ma siedzibę firma



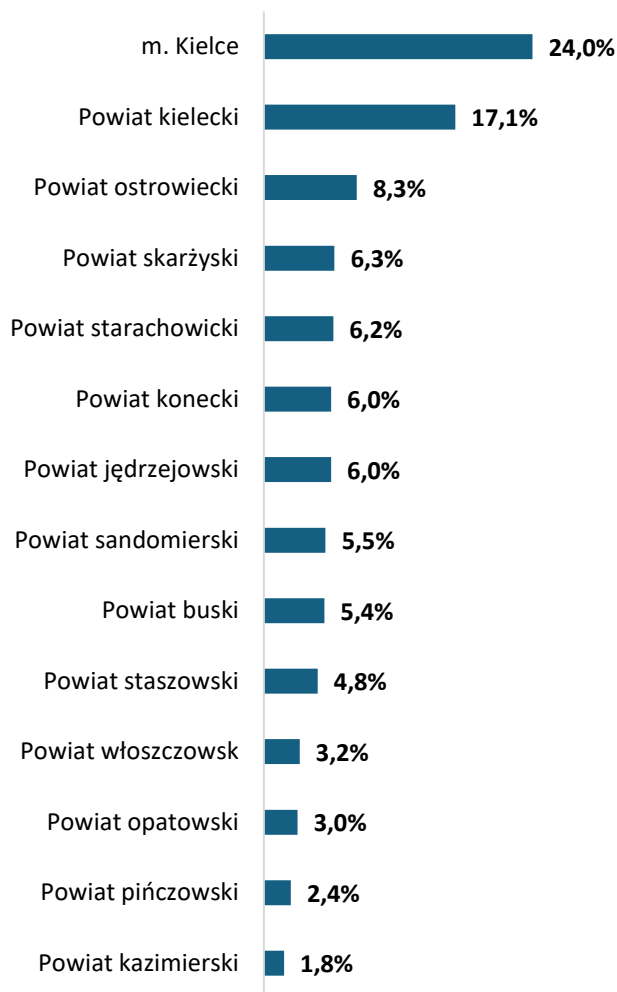
- Lokalny, nie obejmuje całego województwa świętokrzyskiego
- Regionalny, obejmuje całe województwo świętokrzyskie
- Ponadregionalny, obejmuje co najmniej kilka województw
- Ogólnopolski, obejmuje cały kraj
- Międzynarodowy, wykracza poza granice kraju

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Rozkład przestrzenny przedsiębiorstw biorących udział w badaniu pokazuje silną koncentrację działalności gospodarczej w największych ośrodkach regionu. **Największy odsetek firm ma siedzibę w mieście Kielce – 24,0%**, co potwierdza dominującą rolę stolicy województwa jako centrum administracyjnego i gospodarczego. Kolejnym istotnym obszarem jest **powiat kielecki (17,1%)**, obejmujący miejscowości bezpośrednio otaczające Kielce i tworzący wraz z nimi funkcjonalny obszar miejski.

W dalszej kolejności znajdują się powiaty: **ostrowiecki (8,3%)**, **skarżyski (6,3%)**, **starachowicki (6,2%)**, **konecki (6,0%)** oraz **jędrzejowski (6,0%)** – wszystkie o ugruntowanej strukturze przemysłowej i usługowej. Udział pozostałych powiatów jest niższy, lecz nadal istotny dla pełnego obrazu regionu: **sandomierski (5,5%)**, **buski (5,4%)**, **staszowski (4,8%)**, **włoszczowski (3,2%)**, **opatowski (3,0%)**, **pińczowski (2,4%)** oraz **kazimierski (1,8%)**.

Wykres 5. Lokalizacja firmy – powiat, gdzie mieści się siedziba



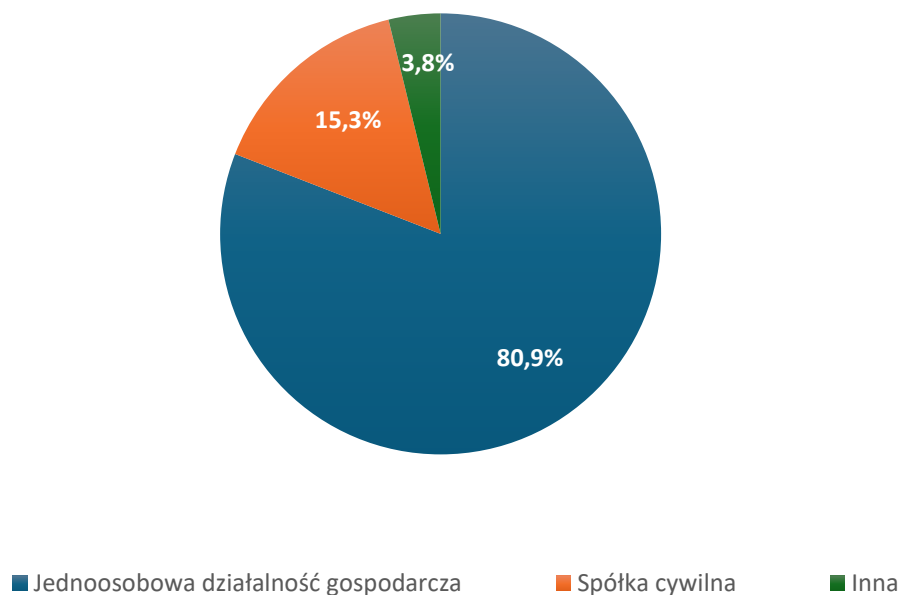
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Struktura form prawnych przedsiębiorstw biorących udział w badaniu jednoznacznie wskazuje na dominację najmniej sformalizowanych modeli prowadzenia działalności gospodarczej. **Aż 80,9%** respondentów prowadzi firmę w formie jednoosobowej działalności gospodarczej, co jest charakterystyczne dla regionalnego sektora MŚP, w którym przeważają mikroprzedsiębiorstwa o silnym zakorzenieniu lokalnym. Kolejną grupę stanowią **spółki cywilne (15,3%)**, będące popularną formą współpracy dwóch lub więcej osób fizycznych, szczególnie w branżach usługowych i rzemieślniczych.

W kategorii „Inne” (3,8% ogółu badanych) znalazły się różnorodne formy prawne, które nie mieszczą się w dwóch dominujących typach działalności (jednoosobowa działalność gospodarcza oraz spółka cywilna). Ich szczegółowy rozkład przedstawia się następująco:

- samorządowa jednostka budżetowa – 3;
- spółdzielnia – 2;
- urząd – 2;
- spółka jawna – 7;
- spółka komandytowa – 1;
- spółka akcyjna – 1;
- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – 21.

Wykres 6. W jakiej formie prawnej prowadzona jest działalność?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Struktura branżowa przedsiębiorstw biorących udział w badaniu pokazuje wyraźną dominację kilku kluczowych sektorów gospodarki regionu. Największą grupę stanowią firmy z sekcji **G – Handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych**, które obejmują **24,0%** wszystkich podmiotów. Jest to zgodne z charakterystyką województwa świętokrzyskiego, gdzie handel i usługi motoryzacyjne należą do najważniejszych obszarów aktywności gospodarczej.

Drugą co do wielkości kategorią jest **sekcja F – Budownictwo**, reprezentowana przez **16,6%** przedsiębiorstw. Wysoki udział tej branży odzwierciedla zarówno zapotrzebowanie na usługi budowlane, jak i dużą liczbę mikrofirm działających w tym sektorze. Kolejne istotne grupy to **sekcja C – Przetwórstwo przemysłowe (8,9%)**, **sekcja M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (8,4%)** oraz **sekcja S – pozostała działalność usługowa (8,3%)**, co potwierdza zróżnicowanie struktury gospodarczej regionu.

Warto zwrócić uwagę na branże o mniejszym, lecz znaczącym udziale: **transport i gospodarka magazynowa (6,1%)**, **opieka zdrowotna i pomoc społeczna (5,5%)**, **nieruchomości (3,2%)**, **informacja i komunikacja (2,9%)**, **gastronomia i zakwaterowanie (2,6%)**, **finanse i ubezpieczenia (2,5%)** oraz **usługi administrowania (2,6%)**. Ich obecność wskazuje na szerokie spektrum działalności gospodarczej w regionie.

Najmniej licznie reprezentowane są sektory: **górnictwo (0,1%)**, **energia (0,4%)**, **woda i odpady (0,6%)**, a także działalność związana z kulturą i rekreacją (1,7%). Niski udział tych branż wynika z ich ograniczonej skali w strukturze gospodarczej województwa.

Łącznie dane te potwierdzają, że przedsiębiorczość w regionie koncentruje się przede wszystkim wokół handlu, budownictwa, usług oraz przetwórstwa przemysłowego, przy jednoczesnej obecności szerokiego wachlarza mniejszych sektorów, które uzupełniają lokalny ekosystem gospodarczy.

Tabela 9. W jakiej branży działa Państwa firma?

Kategoria/obszar wskaźań	Liczebność próby	Struktura %
Sekcja A – Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	13	1,3%
Sekcja B – Górnictwo i wydobywanie (05-09)	1	0,1%
Sekcja C – Przetwórstwo przemysłowe (10-33)	89	8,9%
Sekcja D – Energia (35)	4	0,4%
Sekcja E – Woda, ścieki, odpady (36-39)	6	0,6%
Sekcja F – Budownictwo (41-43)	166	16,6%
Sekcja G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (45-47)	240	24,0%
Sekcja H – Transport i gospodarka magazynowa (49-53)	61	6,1%
Sekcja I – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (55-56)	26	2,6%
Sekcja J – Informacja i komunikacja (58-63)	29	2,9%
Sekcja K – Finanse i ubezpieczenia (64-66)	25	2,5%
Sekcja L – Nieruchomości (68)	32	3,2%
Sekcja M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (69-75)	84	8,4%
Sekcja N – Usługi administrowania (77-82)	26	2,6%
Sekcja O – Administracja publiczna (84)	10	1,0%
Sekcja P – Edukacja (85)	33	3,3%
Sekcja Q – Opieka zdrowotna i pomoc społeczna (86-88)	55	5,5%
Sekcja R – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją (90-93)	17	1,7%
Sekcja S - Pozostała działalność usługowa	83	8,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

Przed udzieleniem odpowiedzi na ostatnie w badaniu wstępnym, kryterialne pytanie, respondentom zaprezentowano pełną definicję rzemiosła, obejmującą kryteria dotyczące osobistego wykonywania pracy, posiadania kwalifikacji zawodowych oraz prowadzenia działalności w ramach zakładu rzemieślniczego.

Zgodnie z nowym brzmieniem art. 2 ust. 1 (od 13 lipca 2025 r.) rzemiosło to **zawodowe wykonywanie działalności gospodarczej** przez:

- **osobę fizyczną** wykorzystującą własną pracę i kwalifikacje potwierdzone odpowiednimi dowodami, jeśli spełnia kryteria mikro-, małego lub średniego przedsiębiorcy;
- **wspólników spółki cywilnej**, gdy działalność wykonywana jest wspólnie, z wykorzystaniem pracy własnej oraz kwalifikacji co najmniej jednego wspólnika, a spółka spełnia kryteria MŚP;
- **spółkę jawną, komandytową, komandytowo-akcyjną lub kapitałową**, jeśli działalność opiera się na pracy własnej co najmniej jednego wspólnika/akcjonariusza będącego osobą fizyczną, posiadającego kwalifikacje zawodowe w rzemiośle, a spółka mieści się w kategorii MŚP.

Art. 2 ust. 2 ustawy stanowi, że **za rzemiosło nie uważa się** działalności wykonywanej w ramach wolnych zawodów. W praktyce art. 2 ust. 2 wyłącza z rzemiosła m.in.:

- **artystów** (malarzy, grafików, rzeźbiarzy, fotografów artystycznych),
- **twórców i wykonawców utworów** (pisarzy, muzyków, aktorów),
- **fotografów**, jeśli działają jako artyści, a nie usługodawcy,
- **architektów, lekarzy, adwokatów, tłumaczy, projektantów** i inne wolne zawody,
- wszelką działalność, której istotą jest **twórczość, praca intelektualna lub działalność profesjonalna regulowana**, a nie rzemieślnicze wytwarzanie lub świadczenie usług.

Art. 3 ust. 1 wskazuje, że **dowodami kwalifikacji zawodowych w rzemiośle są:**

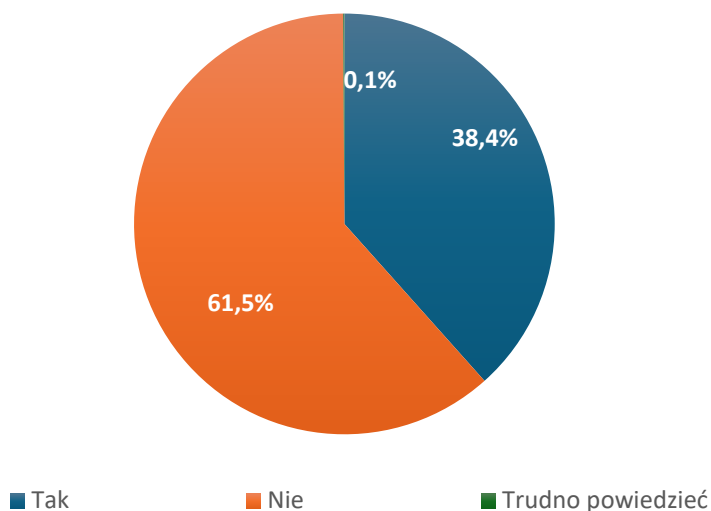
- dyplom lub świadectwo ukończenia szkoły technicznej lub artystycznej w zawodzie odpowiadającym danemu rzemiosłu,
- dyplom mistrza,
- świadectwo czeladnicze lub tytuł robotnika wykwalifikowanego,
- zaświadczenie potwierdzające wybrane kwalifikacje zawodowe w zakresie danego rzemiosła.

Wyniki badania pokazują, że **38,4%** przedsiębiorców identyfikuje swoją działalność jako rzemieślniczą zgodnie z przedstawioną definicją operacyjną. Oznacza to, że blisko dwie piąte firm spełnia kluczowe kryteria rzemiosła, takie jak osobiste wykonywanie pracy, posiadanie kwalifikacji zawodowych oraz prowadzenie działalności w ramach zakładu rzemieślniczego.

Jednocześnie **61,5%** respondentów zadeklarowało, że ich działalność nie mieści się w definicji rzemiosła. Wynik ten potwierdza ustalenia z analizy desk research, zgodnie z którymi rzemiosło stanowi wyraźnie wyodrębnioną, lecz mniejszą część sektora MŚP, a jego identyfikacja wymaga zastosowania precyzyjnych kryteriów. Marginalny odsetek odpowiedzi „**trudno powiedzieć**” (**0,1%**) wskazuje, że definicja była dla respondentów zrozumiała i jednoznaczna.

Struktura odpowiedzi potwierdza zasadność zastosowania podejścia deklaratywnego w identyfikacji firm rzemieślniczych — w warunkach braku jednoznacznych kategorii statystycznych pozwala ono uchwycić rzeczywistą skalę sektora oraz odróżnić rzemiosło od pozostałych form działalności gospodarczej.

Wykres 7. Czy w myśl powyższej definicji Pana/Pani firma jest firmą rzemieślniczą?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=1000

3 WYNIKI BADANIA ILOŚCIOWEGO - BADANIE WŁAŚCIWE

Badanie właściwe stanowi kluczowy etap projektu, koncentrujący się wyłącznie na przedsiębiorstwach rzemieślniczych wyłonionych w badaniu wstępnym. Jego celem jest pogłębiona diagnoza funkcjonowania sektora rzemiosła w województwie świętokrzyskim, obejmująca zarówno ocenę bieżącej kondycji ekonomicznej, jak i identyfikację czynników wpływających na możliwości rozwoju. Analiza obejmuje również strategię organizacyjną, zasoby ludzkie oraz wartości składające się na etos rzemieślniczy, a także stopień wykorzystania nowoczesnych technologii i oczekiwania wobec systemu wsparcia publicznego. Ważnym

elementem badania jest także ocena zaangażowania rzemieślników w kształcenie młodocianych pracowników oraz efektywności tego procesu z perspektywy pracodawców.

Badanie zostało zrealizowane w formule **Mixed Mode Survey Design**, z wykorzystaniem technik CAPI, CAPI online, CATI oraz CAWI, co pozwoliło dotrzeć do zróżnicowanej grupy przedsiębiorców i zapewnić wysoką jakość danych. Próba badawcza obejmuje wyłącznie firmy rzemieślnicze, zidentyfikowane zgodnie z definicją ustawową przyjętą w OPZ. Ponieważ dokładna liczba firm rzemieślniczych w Polsce nie jest znana, oparto się na dostępnych szacunkach: według analiz PARP rzemiosłem zajmuje się ok. **23% firm MŚP**, natomiast **15%** spełnia ustawowe kryteria rzemiosła. Przy populacji **2 303 275 przedsiębiorstw MŚP** oznacza to, że w województwie świętokrzyskim populacja firm rzemieślniczych wynosi ok. **19,7 tys. podmiotów**.

Dla populacji tej wielkości, przy standardowych parametrach statystycznych (poziom ufności 95%, maksymalny błąd oszacowania 5%), minimalna liczebność próby zapewniająca reprezentatywność wynosi **377 firm rzemieślniczych**. Wywiady trwały minimum 30 minut, co pozwoliło na zebranie danych o wysokim poziomie szczegółowości i umożliwiło wieloaspektową analizę funkcjonowania współczesnego rzemiosła.

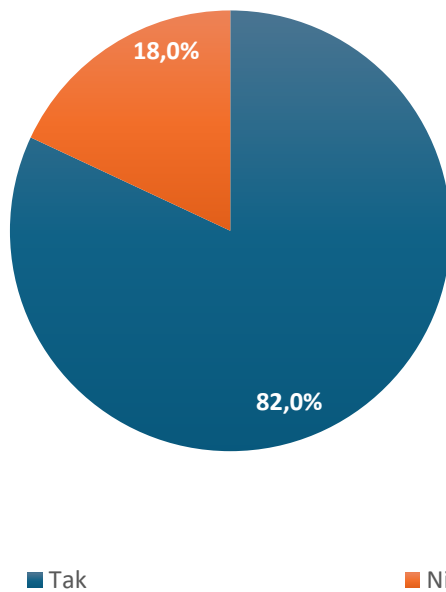
3.1 CHARAKTER DZIAŁALNOŚCI RZEMIEŚLNICZEJ

Wśród firm zakwalifikowanych do badania właściwego zdecydowana większość deklaruje formalną przynależność do struktur samorządu gospodarczego rzemiosła. **Aż 82,0%** rzemieślników wskazało, że ich przedsiębiorstwo jest zrzeszone w cechu rzemieślniczym lub Izbie Rzemieślników i Przedsiębiorców. Wynik ten potwierdza silne zakorzenienie tradycyjnych form organizacji rzemiosła w regionie oraz znaczenie, jakie przedsiębiorcy przypisują wsparciu instytucjonalnemu, w tym obsłudze egzaminów zawodowych, doradztwu czy reprezentacji środowiska.

Z kolei **18,0%** firm nie należy do żadnej organizacji rzemieślniczej. Ta grupa obejmuje zarówno podmioty funkcjonujące poza strukturami cechowymi z wyboru, jak i przedsiębiorstwa reprezentujące nowe formy rzemiosła, które często działają w modelu niezależnym, opartym na indywidualnej marce i kanałach cyfrowych.

Struktura odpowiedzi wskazuje, że zrzeszenie pozostaje ważnym elementem tożsamości i praktyki rzemieślniczej, choć równolegle widoczna jest obecność firm funkcjonujących poza tradycyjnym systemem cechowym.

Wykres 8. Czy Pana/Pani firma jest zrzeszona w cechu rzemieślniczym lub Izbie Rzemieślników i Przedsiębiorców?



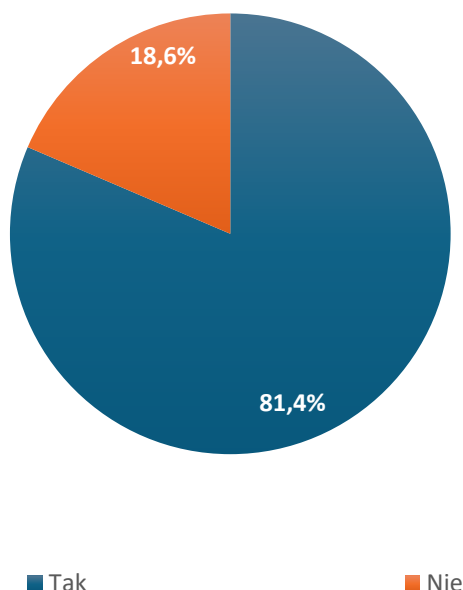
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wyniki badania wskazują, że zdecydowana większość przedsiębiorstw rzemieślniczych dysponuje formalnymi kwalifikacjami zawodowymi potwierdzonymi tytułem mistrza lub czeladnika. **Aż 81,4%** respondentów zadeklarowało, że oni sami lub inny pracownik firmy posiadają taki tytuł w zawodzie zgodnym z profilem działalności przedsiębiorstwa. Jest to wynik potwierdzający silne zakorzenienie rzemiosła w systemie kwalifikacji zawodowych oraz znaczenie tradycyjnych ścieżek kształcenia w środowisku rzemieślniczym.

Z kolei **18,6%** firm nie posiada w swoim zespole osób z tytułem mistrza lub czeladnika. W tej grupie mogą znajdować się zarówno przedsiębiorstwa prowadzone przez osoby z doświadczeniem zdobytym poza systemem egzaminów rzemieślniczych, jak i firmy reprezentujące nowe specjalizacje, w których tradycyjny system kwalifikacji nie jest powszechnie stosowany.

Struktura odpowiedzi potwierdza, że formalne kwalifikacje zawodowe pozostają jednym z fundamentów współczesnego rzemiosła, a ich posiadanie jest silnie skorelowane z tożsamością i profesjonalizacją sektora.

Wykres 9. Czy posiada Pan/Pani lub inny pracownik firmy tytuł mistrza lub czeladnika w zawodzie odpowiadającym profilowi działalności firmy?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Struktura kwalifikacji zawodowych wśród rzemieślników biorących udział w badaniu jest silnie zróżnicowana, jednak wyraźnie dominują trzy główne obszary: motoryzacja, usługi osobiste oraz budownictwo. Najliczniejszą grupę stanowią przedstawiciele zawodów mechanicznych i motoryzacyjnych – **łącznie 101 wskazań**, obejmujących mechaników, elektromechaników, blacharzy i lakierników. Jest to sektor tradycyjnie silny w rzemiośle, wymagający zarówno wysokich kwalifikacji, jak i stałego doskonalenia umiejętności technicznych.

Drugą największą kategorię tworzą zawody usług osobistych, przede wszystkim **fryzjerzy (53 wskazania)**, co potwierdza znaczącą rolę usług kosmetyczno-fryzjerskich w strukturze rzemiosła. Kolejnym istotnym obszarem jest budownictwo i roboty wykończeniowe – **53 wskazania**, obejmujące murarzy, tynkarzy, stolarzy oraz monterów instalacji sanitarnych i gazowych. Branża ta charakteryzuje się dużym zapotrzebowaniem na kwalifikacje potwierdzone egzaminami czeladniczymi i mistrzowskimi.

Wysoką reprezentację mają również zawody gastronomiczne – **38 wskazań**, w tym kucharze, cukiernicy i piekarze, co odzwierciedla silną tradycję rzemiosła spożywczego w regionie. Handel i usługi, w tym sprzedawcy i poligrafowie, stanowią mniejszą, lecz stabilną część struktury zawodowej.

Tabela 10. Jaki to zawód?

Branża	Zawód	Liczba
Motoryzacja i pokrewne	Mechanik (wszystkie warianty)	68
	Blacharz / lakiernik (łącznie)	12
	Elektromechanik / elektromonter	17
	Logistyk	1
	Operator maszyn / obrabiarek	2

Branża	Zawód	Liczba
Usługi osobiste	Zegarmistrz	2
	Fryzjer / fryzjerstwo	53
	Florysta	3
	Modystka	1
	Optometrysta / optyk	2
Gastronomia i żywność	Kucharz	14
	Cukiernik	12
	Piekarz	8
	Rzeźnik / masarz / wędliniarz	4
Budownictwo i wykończenia	Murarz / tynkarz	13
	Monter instalacji sanitarnych / gazowych / wod-kan	17
	Budowlaniec / roboty wykończeniowe	7
	Dekarz	2
	Kamieniarz	2
	Zdun	1
	Stolarz	8
	Technolog robót wykończeniowych	3
Handel i usługi	Sprzedawca	12
	Poligraf	2
	Ogrodnik	1

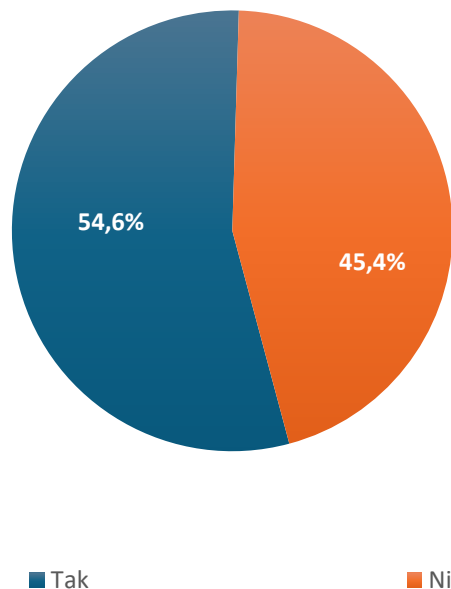
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=101.

UWAGA: Łącznie zebrano 266 odpowiedzi dotyczących posiadanych zawodów, przy czym wartości w tabeli nie sumują się do tej liczby, ponieważ część respondentów wskazywała więcej niż jeden zawód (np. blacharz–lakiernik–mechanik).

Wyniki badania pokazują, że ponad połowa rzemieślników dysponuje dodatkowymi poświadczeniami potwierdzającymi kwalifikacje zawodowe, wykraczającymi poza tytuł mistrza lub czeladnika. **54,6%** respondentów zadeklarowało posiadanie takich dokumentów — mogą to być certyfikaty branżowe, uprawnienia specjalistyczne, szkolenia produktowe lub kwalifikacje nadawane przez instytucje spoza systemu rzemieślniczego. Wynik ten wskazuje na rosnącą potrzebę formalizowania kompetencji oraz dostosowywania się do wymogów współczesnego rynku, szczególnie w zawodach technicznych i instalacyjnych.

Z kolei **45,4%** badanych nie posiada dodatkowych poświadczeń kwalifikacji. W tej grupie znajdują się zarówno rzemieślnicy opierający swoją działalność na wieloletniej praktyce zawodowej, jak i przedstawiciele zawodów, w których tradycyjny system kwalifikacji (mistrz–czeladnik) jest uznawany za wystarczający.

Wykres 10. Czy posiada Pan/Pani lub inny pracownik firmy inne poświadczenie potwierdzające posiadanie kwalifikacji w zawodzie odpowiadającym profilowi działalności firmy?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

W kolejnym pytaniu o to, jakiego rodzaju to poświadczenia, łącznie zebrano niewielką liczbę odpowiedzi dotyczących innych poświadczeń kwalifikacji, ponieważ wielu rzemieślników powtórzyło zawód wskazany w poprzednim pytaniu (o tytuł mistrza/czeladnika). Oznacza to, że większość wpisów nie stanowi odrębnych certyfikatów, lecz ponowne wskazanie zawodu lub kwalifikacji podstawowej. W efekcie **liczba rzeczywistych poświadczeń jest bardzo niewielka**. Zidentyfikowano jedynie pojedyncze przypadki certyfikatów branżowych, takich jak **certyfikat rękodzieła artystycznego**, uprawnienia spawalnicze czy kwalifikacje wynikające z wykształcenia kierunkowego (np. inżynier budownictwa, magister sztuki). Łącznie daje to **około 10–12 rzeczywistych poświadczeń**, co stanowi niewielki odsetek wszystkich udzielonych odpowiedzi.

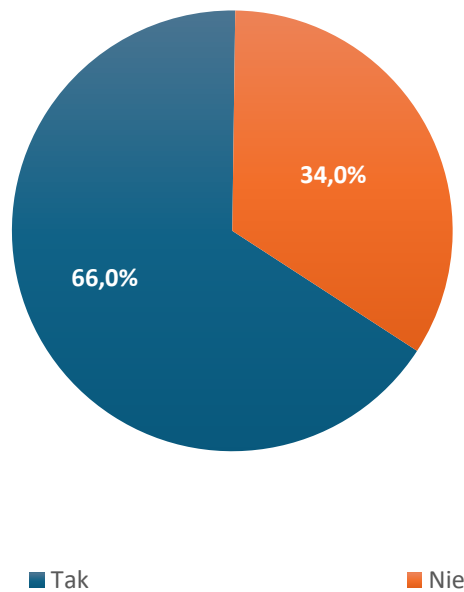
Po odrzuceniu powtórzeń zawodów i odpowiedzi niebędących certyfikatami, **realne poświadczenia** pojawiają się bardzo rzadko. Struktura ta wskazuje, że rzemieślnicy najczęściej utożsamiają kwalifikacje zawodowe z tytułem mistrza lub czeladnika, natomiast dodatkowe certyfikaty występują sporadycznie i dotyczą głównie zawodów artystycznych, technicznych lub specjalistycznych. Były to:

- Certyfikat rękodzieła artystycznego – 1 wskazanie
- Rękodzieła artystyczne (również certyfikowane) - 1 wskazanie
- Spawalnictwo (uprawnienia spawalnicze) - 1 wskazanie
- Magisterskie wykształcenie kierunkowe (filologia, informatyka, sztuka) – nie jest to poświadczenie zawodowe rzemieślnicze, ale zostało wskazane - 3 wskazania
- Inżynier budownictwa / technik budownictwa – kwalifikacje formalne, ale nie rzemieślnicze - 2 wskazania
- Ubezpieczyciel – kwalifikacja branżowa -1 wskazanie
- Stylistka paznokci – kurs branżowy - 1 wskazanie

66,0% badanych firm deklaruje, że prowadzi przygotowanie zawodowe uczniów, co potwierdza silne zakorzenienie rzemiosła w systemie dualnego kształcenia oraz jego istotną rolę w przekazywaniu kompetencji zawodowych kolejnym pokoleniom. Z kolei **34,0%** przedsiębiorstw nie realizuje przygotowania zawodowego. W

tej grupie znajdują się zarówno firmy jednoosobowe, które nie mają możliwości organizacyjnych, jak i podmioty funkcjonujące w branżach, gdzie kształcenie młodocianych jest mniej powszechne lub wymaga dodatkowych zasobów.

Wykres 11. Czy Pana/Pani firma realizuje przygotowanie zawodowe dla młodocianych pracowników (uczniów)?



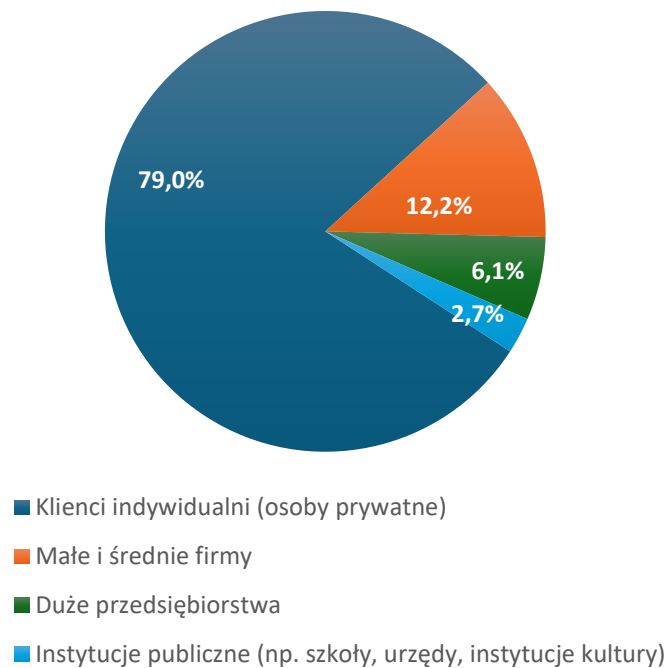
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Struktura źródeł przychodu rzemieślników pokazuje wyraźną dominację klientów indywidualnych jako podstawowego segmentu odbiorców usług. **Aż 79,0%** firm wskazuje osoby prywatne jako główne źródło przychodów. Wynik ten potwierdza charakterystyczny dla rzemiosła model działania oparty na bezpośredniej relacji usługodawca–klient oraz lokalnym rynku, w którym kluczową rolę odgrywa zaufanie, renoma i powtarzalność zleceń.

Drugą grupę odbiorców stanowią **małe i średnie firmy (12,2%)**, co wskazuje, że część rzemieślników funkcjonuje również w modelu B2B, realizując zlecenia specjalistyczne lub podwykonawcze. **Duże przedsiębiorstwa (6,1%)** oraz **instytucje publiczne (2,7%)** mają marginalny udział w strukturze przychodów, co jest zgodne z charakterystyką sektora — rzemiosło rzadziej uczestniczy w dużych kontraktach, a częściej działa w formule usług lokalnych, wyspecjalizowanych i indywidualnych.

Wyniki te potwierdzają, że rzemiosło pozostaje sektorem silnie zakorzenionym w lokalnych społecznościach, a jego model biznesowy opiera się przede wszystkim na obsłudze klientów indywidualnych, przy jednoczesnej obecności, choć znacznie mniejszej, zleceń instytucjonalnych i biznesowych.

Wykres 12. Jakie jest główne źródło Państwa przychodu?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

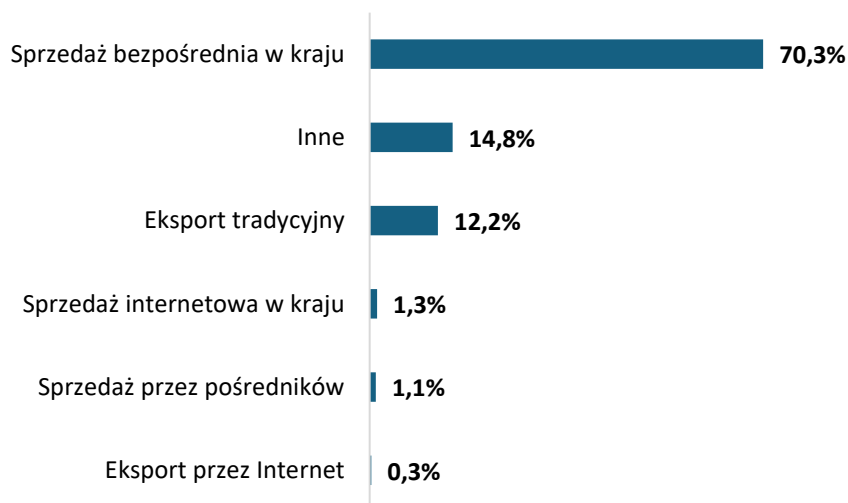
Struktura kanałów sprzedaży wśród rzemieślników jest jednoznaczna: sektor ten opiera się przede wszystkim na **sprzedaży bezpośredniej w kraju**, którą jako główny kanał wskazało **70,3%** firm. Wynik ten potwierdza tradycyjny charakter rzemiosła, w którym kluczową rolę odgrywa osobisty kontakt z klientem, lokalny rynek oraz relacje oparte na zaufaniu i powtarzalności zleceń.

Drugą najczęściej wskazywaną kategorią jest „inne” (**14,8%**), co obejmuje m.in. sprzedaż usług na miejscu w zakładzie, realizację zleceń w domach klientów, współpracę z lokalnymi partnerami czy działalność opartą na umowach serwisowych. Wysoki udział tej kategorii odzwierciedla różnorodność modeli działania rzemieślników, których specyfika często nie mieści się w standardowych kategoriach sprzedaży.

Eksport tradycyjny (12,2%) wskazuje, że część firm rzemieślniczych funkcjonuje również na rynkach zagranicznych, choć jest to działalność niszowa i dotyczy głównie branż technicznych oraz produkcyjnych. Z kolei **sprzedaż internetowa w kraju (1,3%)**, **sprzedaż przez pośredników (1,1%)** oraz **eksport przez Internet (0,3%)** mają marginalne znaczenie. Wyniki te potwierdzają, że rzemiosło w regionie pozostaje sektorem silnie analogowym, w którym kanały cyfrowe odgrywają niewielką rolę.

Struktura odpowiedzi wskazuje, że mimo rosnącej cyfryzacji gospodarki, rzemiosło wciąż opiera się na bezpośredniej relacji z klientem i lokalnym rynku, a sprzedaż internetowa pozostaje wyjątkiem, a nie standardem.

Wykres 13. Jaki jest główny kanał Państwa sprzedaży?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Struktura działalności firm rzemieślniczych wyraźnie pokazuje dominację branż technicznych i usługowych. **Największą grupę stanowią przedsiębiorstwa z branż technicznych i mechanicznych (36,9%)**, obejmujące m.in. mechaników, elektromechaników, blacharzy, lakierników czy specjalistów instalacyjnych. Wynik ten potwierdza, że rzemiosło w regionie opiera się przede wszystkim na zawodach wymagających wysokich kwalifikacji technicznych oraz pracy z wykorzystaniem specjalistycznych narzędzi i urządzeń.

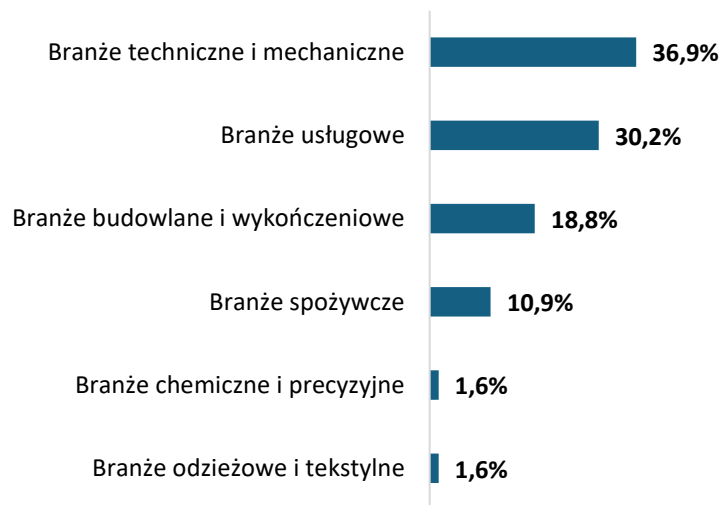
Drugą najliczniejszą kategorię tworzą **branże usługowe (30,2%)**, wśród których dominują fryzjerzy, kosmetyczki, floryści, modystki oraz przedstawiciele usług osobistych. To segment silnie związany z lokalnym rynkiem i bezpośrednio obsługą klienta, co jest charakterystyczne dla tradycyjnego modelu rzemiosła.

Branże budowlane i wykończeniowe (18,8%) stanowią trzecią co do wielkości grupę. Obejmują murarzy, tynkarzy, stolarzy, glazurników oraz monterów instalacji. Wynik ten potwierdza, że sektor budowlany pozostaje jednym z kluczowych obszarów aktywności rzemieślników, a zapotrzebowanie na usługi budowlane i remontowe jest stabilne.

Mniejszy, lecz istotny udział mają **branże spożywcze (10,9%)**, reprezentowane przez piekarzy, cukierników, kucharzy oraz rzeźników-wędliniarzy. To segment silnie zakorzeniony w tradycji rzemiosła, choć liczebnie mniejszy niż branże techniczne czy usługowe.

Najmniej liczne są **branże chemiczne i precyzyjne (1,6%)** oraz **branże odzieżowe i tekstylne (1,6%)**, co odzwierciedla ich niszowy charakter w strukturze rzemiosła regionu.

Wykres 14. Jak najlepiej opisać działalność Państwa firmy?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

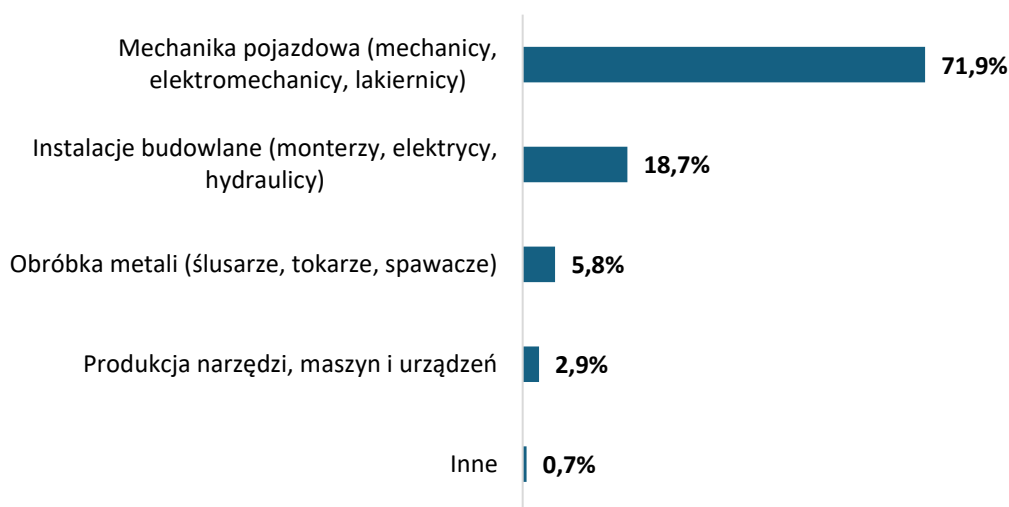
Działalność firm z branż technicznych i mechanicznych koncentruje się przede wszystkim na usługach związanych z **mechaniką pojazdową**, która stanowi zdecydowaną większość aktywności w tym segmencie. To obszar obejmujący zarówno naprawy mechaniczne, elektromechaniczne, jak i prace blacharsko-lakiernicze — łącznie aż **71,9%** wszystkich wskazań. Tak wysoki udział pokazuje, że sektor motoryzacyjny jest kluczowym filarem tej branży, a warsztaty samochodowe stanowią jej dominującą część.

Drugim istotnym obszarem są **instalacje budowlane** (18,7%), realizowane przez elektryków, hydraulików i monterów instalacji. To działalności związane z montażem, modernizacją i naprawą instalacji wodno-kanalizacyjnych, gazowych, ciepłych oraz elektrycznych — często wykonywane przez wyspecjalizowane, niewielkie firmy.

Znacznie mniejszy udział mają działalności związane z **obróbką metali** (5,8%), takie jak ślusarstwo, spawalnictwo czy toczenie. Jeszcze mniejszą część stanowi **produkcja narzędzi, maszyn i urządzeń** (2,9%), co potwierdza, że w tej branży dominuje świadczenie usług, a nie produkcja.

Najmniej liczna kategoria to **inne działalności techniczne** (0,7%), obejmujące pojedyncze, nietypowe specjalizacje, które nie mieszczą się w głównych grupach.

Wykres 15. Na czym polega Państwa działalność? - Branże techniczne i mechaniczne



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=139

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, branże techniczne i mechaniczne obejmują szeroki zakres usług związanych z **diagnostyką, naprawą, montażem, obróbką i instalacjami technicznymi**.

Respondenci opisują swoją działalność jako:

- **mechanikę pojazdową** (diagnoza, naprawa, serwis, przeglądy, konserwacja),
- **blacharstwo i lakiernictwo samochodowe** (prostowanie, spawanie, renowacja karoserii, lakierowanie),
- **elektromechanikę i elektronikę pojazdową** (montaż, diagnostyka, naprawa instalacji elektrycznych),
- **instalacje sanitarne, hydrauliczne, gazowe i ciepłe** (montaż, modernizacja, naprawy systemów rurowych),
- **instalacje elektryczne** (montaż, konserwacja, modernizacja sieci),
- **obróbkę metali, ślusarstwo i spawalnictwo** (cięcie, wiercenie, spawanie, montaż konstrukcji),
- **montaż urządzeń i systemów technicznych** (anteny, urządzenia elektryczne),
- **produkcję i serwis maszyn oraz elektroniki** (maszyny rolnicze, wózki widłowe, odlewnictwo).

To branże o charakterze **wysoce praktycznym**, w których dominują prace manualne, techniczne i diagnostyczne, często wykonywane w małych warsztatach lub jednoosobowych działalnościach.

Tabela 11. Branże techniczne i mechaniczne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Kategoria branżowa	Opis (na podstawie odpowiedzi)	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Mechanika pojazdowa i diagnostyka	Diagnozowanie, naprawa, serwisowanie i konserwacja pojazdów; przeglądy; wymiana płynów; naprawy układów mechanicznych.	„Mechanika pojazdowa”; „diagnostyka i naprawa samochodów”; „naprawa pojazdów”; „naprawa samochodów, diagnoza, serwisowanie”; „naprawa i konserwacja pojazdów samochodowych”; „naprawa pojazdów oraz kontrola ich stanu technicznego”; „mechanik”; „mechanika samochodowa”; „mechanika i elektromechanika pojazdowa”; „zajmuje się

Kategoria branżowa	Opis (na podstawie odpowiedzi)	Przykładowe odpowiedzi respondentów
		<p>diagnostyką i naprawą pojazdów”; „kompleksowa diagnostyka i naprawa pojazdów”; „naprawy szkód powypadkowych”; „naprawa samochodów”; „naprawianie samochodów”; „zajmujemy się diagnozą i naprawą samochodów”; „zajmuję się naprawą pojazdów, prowadzę swój warsztat”</p>
2. Blacharstwo i lakiernictwo	<p>Naprawa karoserii, prostowanie, spawanie, renowacja, przygotowanie powierzchni, lakierowanie.</p>	<p>„lakiernictwo, blacharstwo”; „blacharstwo i lakiernictwo samochodowe”; „blacharstwo samochodowe”; „blacharstwo-lakiernictwo to kompleksowa naprawa karoserii...”; „naprawa, blacharstwo, lakiernictwo”; „mechanika pojazdowa lakiernictwo blacharstwo”; „wykonujemy usługi lakierniczo-blacharskie”; „polega na prostowaniu wgnieceń, nakładaniu podkładu, renowacji karoserii”</p>
3. Elektromechanika i elektronika pojazdowa	<p>Diagnostyka i naprawa instalacji elektrycznych i elektronicznych w pojazdach; montaż urządzeń.</p>	<p>„elektromechanika pojazdowa”; „elektromechanika samochodowa”; „elektronika samochodowa”; „montaż elektrycznych urządzeń samochodowych, diagnostyka problemów”; „naprawa, elektryka”</p>
4. Instalacje sanitarne, hydrauliczne, gazowe i ciepłe	<p>Montaż, modernizacja i naprawa instalacji wodno-kanalizacyjnych, gazowych, ciepłych i sanitarnych.</p>	<p>„Hydraulika, wykończenia wnętrz”; „instalacje hydrauliczne i sanitarne”; „instalacje sanitarne i gazowe”; „instalacje sanitarne, gazowe i ciepłe”; „instalacje wod-kan”; „monter instalacji wodno-kanalizacyjnej, ciepłej”; „monter sieci i instalacji sanitarnych...”; „wykonujemy instalacje wodno-kanalizacyjne CO i gazowe”; „wykonujemy instalacje wodno-kanalizacyjne i ciepłe”; „wykonywanie instalacji wodno-kanalizacyjnych, ciepłych, gazowych”; „zespół instalacji budowlanych wewnątrz i na zewnątrz budynku...”</p>
5. Instalacje elektryczne	<p>Montaż, konserwacja, modernizacja i naprawa instalacji elektrycznych w budynkach.</p>	<p>„usługi elektryczne i instalacje elektryczne”; „zajmuje się montażem, konserwacją i naprawą instalacji elektrycznych”; „zajmujemy się montażem, konserwacją, diagnostyką i naprawą instalacji elektrycznej”; „przebudowa, budowa sieci elektrycznej”</p>

Kategoria branżowa	Opis (na podstawie odpowiedzi)	Przykładowe odpowiedzi respondentów
6. Obróbka metali, ślusarstwo i spawalnictwo	Ręczna i maszynowa obróbka metali, spawanie, montaż konstrukcji, naprawa elementów metalowych.	„obróbka metali, naprawa i konserwacja elementów metalowych”; „oferujemy usługi ślusarskie i spawalnicze”; „praca polega na cięciu, piłowaniu, wierceniu, gwintowaniu, spawaniu oraz montażu konstrukcji stalowych”; „zajmuje się ręczną obróbką metali, tworzę i naprawiam elementy metalowe”; „spawalnictwo”; „zajmujemy się odlewnią i produkcją metali”
7. Montaż urządzeń i systemów technicznych	Montaż, instalacja i konserwacja urządzeń technicznych.	„montaż anten”; „instalacje, montaż”; „instalacje”; „monter zajmuje się instalowaniem, montażem i konserwacją urządzeń...”
8. Produkcja i serwis maszyn oraz elektroniki	Produkcja, naprawa i wynajem maszyn oraz urządzeń przemysłowych.	„produkcja maszyn rolniczych”; „sprzedaż akumulatorów, wózków widłowych”; „zajmujemy się sprzedażą, naprawą i wynajmem wózków widłowych i maszyn przemysłowych”; „zajmujemy się produkcją elektroniki”

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

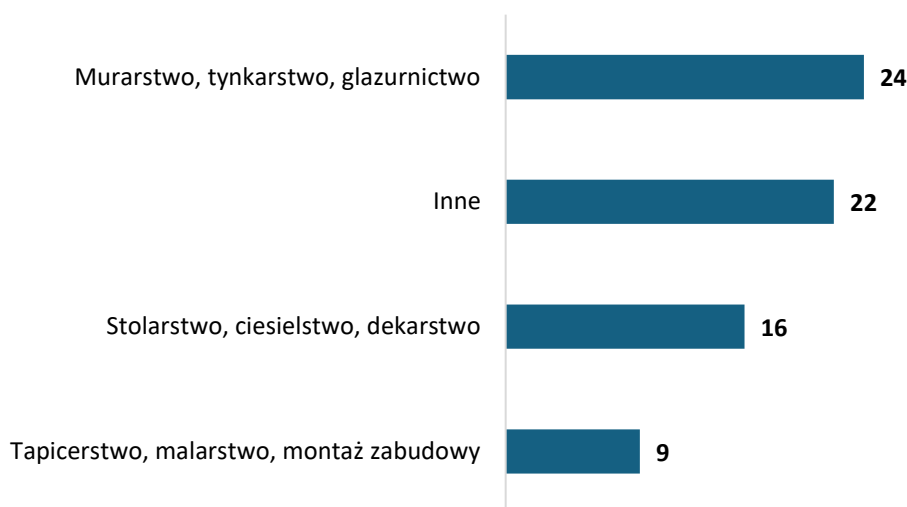
Działalność firm z branż budowlanych i wykończeniowych koncentruje się przede wszystkim na pracach związanych z **murarstwem, tynkarstwem i glazurnictwem**, które stanowią największą część aktywności w tym segmencie — **24 wskazania**. To obszar obejmujący zarówno wznoszenie i wykańczanie ścian, jak i układanie płytek oraz prace mokre, typowe dla podstawowych robót budowlanych.

Drugą co do wielkości kategorię stanowią działalności zaklasyfikowane jako „inne” (**22 wskazania**), co sugeruje dużą różnorodność usług, które nie mieszczą się w głównych grupach — od drobnych prac remontowych po specjalistyczne usługi budowlane.

Kolejną grupę tworzą firmy zajmujące się **stolarstwem, ciesielstwem i dekarstwem (16 wskazań)**. To działalności związane z obróbką drewna, wykonywaniem konstrukcji dachowych oraz montażem pokryć dachowych, często realizowane przez wyspecjalizowane, niewielkie zakłady.

Najmniejszą kategorię stanowią **tapicerstwo, malarstwo i montaż zabudowy (9 wskazań)**, obejmujące prace wykończeniowe, dekoracyjne oraz montaż elementów zabudowy wnętrza.

Wykres 16. Na czym polega Państwa działalność? - Branże budowlane i wykończeniowe



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=71

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, działalności zaliczane do branż budowlanych i wykończeniowych można pogrupować w cztery główne segmenty. Pierwszy obejmuje **usługi ogólnobudowlane**, czyli prace związane z wznoszeniem konstrukcji, murowaniem, tynkowaniem, betonowaniem oraz robotami remontowymi. Drugi segment to **instalacje budynkowe**, obejmujące instalacje wodno-kanalizacyjne, gazowe, ciepłe, elektryczne i klimatyczne — zarówno montaż, jak i modernizację oraz naprawy. Trzeci segment tworzą **prace wykończeniowe**, takie jak malowanie, tapetowanie, gładzie, montaż zabudów, układanie płytek czy paneli. Ostatnią grupę stanowią **usługi stolarskie, dekarские i kamieniarskie**, obejmujące produkcję i montaż elementów drewnianych, wykonywanie pokryć dachowych oraz prace kamieniarskie.

Odpowiedzi pokazują, że branża budowlana jest szeroka, ale da się ją uporządkować wokół czterech kluczowych obszarów: konstrukcji, instalacji, wykończeń oraz prac specjalistycznych.

Tabela 12. Branże budowlane i wykończeniowe – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Usługi ogólnobudowlane i konstrukcyjne	Wznoszenie budynków, murowanie, tynkowanie, betonowanie, prace remontowe, roboty ogólnobudowlane.	„budowlana”; „ogólnobudowlane”; „prace budowlane i wykończeniowe”; „murarstwo, tynkarstwo”; „wznoszenie konstrukcji z cegieł, pustaków”; „tworzenie konstrukcji z betonu, zbrojenie betonu”; „prace budowlane, murowanie, tynkowanie”; „polega na pracy fizycznej przy wznoszeniu, remontach i rozbiórkach”
2. Instalacje budynkowe (wodno-kan., gazowe, ciepłe, elektryczne)	Montaż, modernizacja i naprawa instalacji wod-kan, gazowych, ciepłych, klimatycznych i elektrycznych.	„instalacje sieci wodno-kanalizacyjnych”; „instalacje wodno-kanalizacyjne, ciepłe, gazowe i klimatyczne”; „elektryczne”; „elektromontaż”; „podłączenia wodno-kanalizacyjne”; „usługi wodno-kanalizacyjne i prace wykończeniowe”; „wykonywanie instalacji wodno-kanalizacyjnych”; „polega na montowaniu i naprawie systemów”

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
		wodociągowych, kanalizacyjnych, gazowych i grzewczych”
3. Prace wykończeniowe i remontowe	Malowanie, tapetowanie, gładzie, tynki, montaż zabudów, układanie płytek, paneli, prace dekoracyjne.	„malowanie, gładzie, tapetowanie”; „malowanie, tynkowanie”; „montaż zabudowy, prace wykończeniowe”; „roboty wykończeniowe”; „zabudowy i roboty wykończeniowe w budownictwie”; „wykonujemy prace budowlane głównie wykończeniowe”; „tapetowanie, malowanie oraz montaż zabudowy”; „zajmujemy się malowaniem elewacji, szpachlowaniem, układaniem płytek, montażem paneli”
4. Stolarka, dekarstwo, kamieniarstwo i prace specjalistyczne	Produkcja i montaż elementów drewnianych, pokrycia dachowe, prace kamieniarskie, tartacznictwo, ślusarstwo.	„stolarstwo”; „produkcja mebli”; „produkcja wyrobów z drewna”; „wykonujemy prace stolarskie”; „blacharstwo i dekarstwo”; „kompleksowe wykonanie pokryć dachowych”; „kamieniarstwo”; „tartacznictwo”; „ślusarstwo”; „produkujemy wyroby drewniane np. meble na wymiar, schody, drzwi”
5. Handel i centra budowlane	Sprzedaż materiałów budowlanych, wyposażenia, narzędzi i produktów ogrodniczo-budowlanych.	„Centrum Ogrodniczo-Budowlane”; „handel”; „usługi w zakresie budownictwa i materiałów budowlanych”

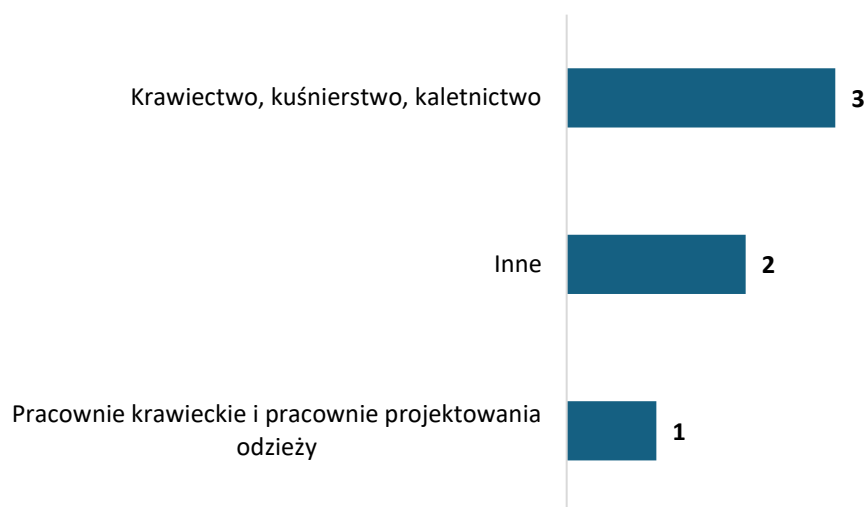
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

Działalność firm z branż odzieżowych i tekstylnych koncentruje się przede wszystkim na **krawiectwie, kuśnierstwie i kaletnictwie**, które stanowią największą część aktywności w tym segmencie — **3 wskazania**. To obszar obejmujący szycie, przeróbki, naprawy oraz tworzenie wyrobów skórzanych i tekstylnych, typowy dla małych zakładów rzemieślniczych.

Drugą kategorię stanowią działalności zaklasyfikowane jako „inne” (**2 wskazania**), co sugeruje obecność pojedynczych, zróżnicowanych usług, które nie mieszczą się w głównych grupach — najczęściej o charakterze niszowym lub łączonym.

Najmniejszą grupę tworzą **pracownie krawieckie i pracownie projektowania odzieży (1 wskazanie)**, obejmujące działalności nastawione na tworzenie autorskich projektów, szycie na miarę oraz indywidualne zamówienia.

Wykres 17. Na czym polega Państwa działalność? - Branże odzieżowe i tekstylne



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=6

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, działalności zaliczane do branż odzieżowych i tekstylnych można pogrupować w trzy główne segmenty. Pierwszy obejmuje **usługi krawieckie i produkcję odzieży**, w tym szycie na miarę, tworzenie odzieży roboczej oraz projektowanie dodatków ślubnych i komunijnych. Drugi segment to **prace skórzane**, obejmujące wyprawę skór oraz naprawę wyrobów skórzanych. Trzeci segment tworzą **działalności rękodzielnicze i handlowe**, w których przedsiębiorcy sprzedają obuwie lub własnoręcznie wykonane produkty. Odpowiedzi wskazują, że branża jest silnie zróżnicowana, ale łączy ją praca manualna, indywidualizacja usług oraz funkcjonowanie w małych pracowniach lub jednoosobowych działalnościach.

Tabela 13. Branże odzieżowe i tekstylne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Usługi krawieckie i produkcja odzieży	Szycie na miarę, projektowanie odzieży, produkcja odzieży użytkowej i okazjonalnej, tworzenie dodatków ślubnych i komunijnych.	„oferujemy usługi krawieckie w tym szycie na miarę sukni wieczorowych i ślubnych”; „produkujemy odzież roboczą”; „projektuję i wykonuję kapelusze, welony, stroiki ślubne oraz wianki i dodatki komunijne”
2. Prace skórzane (garbarstwo, renowacja, naprawy)	Wyprawa skór, renowacja i naprawa wyrobów skórzanych, galanterii i obuwia.	„oferujemy wyprawę skór oraz naprawę wyrobów skórzanych”
3. Handel i rękodzieło	Sprzedaż obuwia oraz ręczne tworzenie i sprzedaż unikatowych wyrobów tekstylnych lub dekoracyjnych.	„Handel obuwia”; „Tworzę prace ręcznie i je sprzedaję”

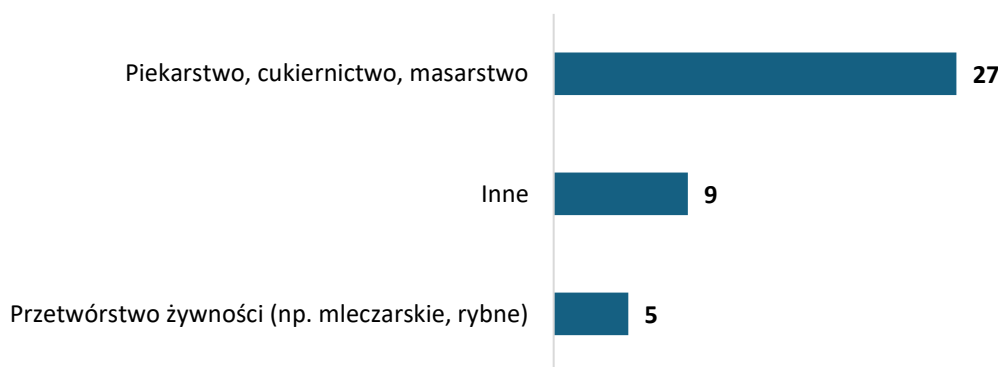
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

Działalność firm z branż spożywczych koncentruje się przede wszystkim na **piekarstwie, cukiernictwie i masarstwie**, które stanowią największą część aktywności w tym segmencie — **27 wskazań**. To obszar obejmujący produkcję pieczywa, wyrobów cukierniczych oraz przetwórstwo mięsa, typowy dla lokalnych zakładów rzemieślniczych i małych firm rodzinnych.

Drugą co do wielkości kategorię stanowią działalności zaklasyfikowane jako „inne” (9 wskazań), co wskazuje na obecność różnorodnych, mniej typowych usług i produkcji spożywczej, które nie mieszczą się w głównych grupach.

Najmniejszą kategorię tworzy **przetwórstwo żywności**, takie jak działalność mleczarska czy rybna (5 wskazań). To segment obejmujący firmy zajmujące się obróbką surowców spożywczych i produkcją półproduktów lub gotowych wyrobów.

Wykres 18. Na czym polega Państwa działalność? - Branże spożywcze



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=41

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, działalności zaliczane do branż spożywczych koncentrują się wokół trzech głównych obszarów: produkcji żywności, usług gastronomicznych oraz sprzedaży detalicznej. Najliczniejszą grupę stanowią **piekarnie i cukiernie**, które zajmują się wypiekiem pieczywa, ciast, tortów i słodkich wyrobów — często także na zamówienie i w formie ręcznej produkcji. Drugą wyraźną kategorię tworzą **działalności mięsne i masarskie**, obejmujące ubój, rozbiór, przetwarzanie mięsa oraz produkcję wędlin i wyrobów garmazeryjnych. Trzeci segment to **gastronomia i sprzedaż żywności**, w tym restauracje, gotowanie posiłków oraz sklepy spożywcze prowadzące bezpośrednią obsługę klientów. Odpowiedzi pokazują, że branża spożywcza łączy produkcję, rzemiosło i handel, a większość firm działa w modelu małych zakładów lub punktów usługowych.

Tabela 14. Branże spożywcze – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Piekarnictwo i cukiernictwo	Produkcja pieczywa, ciast, tortów, słodkich wyrobów; wypiek tradycyjny i artystyczny; ręczna produkcja; sprzedaż własnych wyrobów.	„Cukiernictwo”; „Cukiernicy i Piekarze”; „pieczemy i sprzedajemy ciasta, torty, desery”; „piekarnictwo i cukiernictwo”; „produkcja ciast, ciasteczek, słodkich bułek”; „wypiekanie chleba, robienie ciasta”; „ręczna produkcja wyrobów cukierniczych”; „produkcja i handel wyrobami słodkimi”; „zajmujemy się słodkimi produktami, produkcja ciast, ciasteczek, pralin”
2. Przetwórstwo mięsa i wyroby masarskie	Ubój, rozbiór, przetwarzanie mięsa; produkcja wędlin, wyrobów garmazeryjnych; techniki: wędzenie, parzenie, suszenie, pieczenie.	„Produkcja mięsa i wędlin”; „produkcja, przetwarzanie i sprzedaż wyrobów z mięsa”; „polega na przetworzeniu mięsa surowego... wędzenie, parzenie, suszenie”; „zajmuje się ubojem, rozbiorem tusz zwierzęcych oraz produkcją mięsa, wędlin i wyrobów garmazeryjnych”
3. Gastronomia i sprzedaż żywności	Przygotowywanie posiłków, prowadzenie restauracji, sprzedaż artykułów	„Gotowanie”; „Przyrządzanie posiłków”; „Zajmuje się prowadzeniem własnej restauracji”; „sprzedaż artykułów spożywczych i wypieki”; „sprzedaż

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
	spożywczych, obsługa klientów w sklepach i punktach sprzedaży.	żywności”; „sprzedaż produktów żywnościowych”; „obsługa klientów w sklepie spożywczym”; „sprzedaż”

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

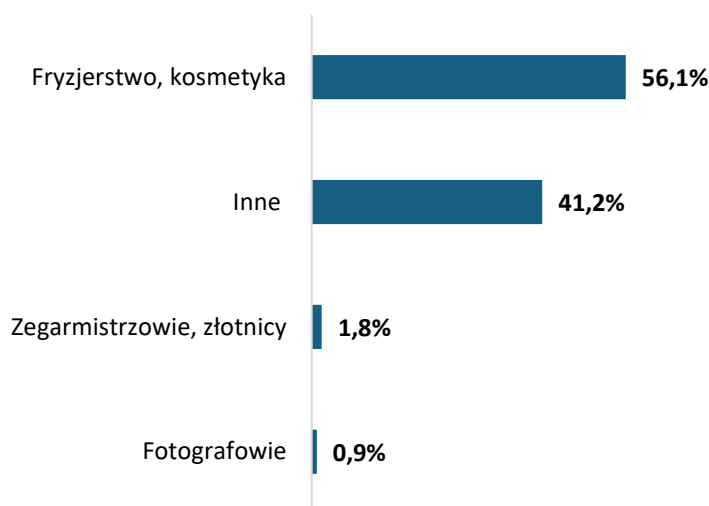
Działalność firm z branż usługowych koncentruje się przede wszystkim na **fryzjerstwie i kosmetyce**, które stanowią zdecydowaną większość aktywności w tym segmencie — **56,1%** wskazań. To obszar obejmujący usługi pielęgnacyjne, stylizacyjne i kosmetyczne, typowe dla małych salonów usługowych oraz jednoosobowych działalności.

Drugą co do wielkości kategorię stanowią działalności zaklasyfikowane jako „inne” (**41,2%**), co wskazuje na bardzo szerokie spektrum usług, które nie mieszczą się w głównych grupach — od drobnych usług rzemieślniczych po działalności specjalistyczne.

Znacznie mniejszy udział mają **zegarmistrzowie i złotnicy (1,8%)**, reprezentujący tradycyjne rzemiosła wymagające wysokiej precyzji i specjalistycznych umiejętności.

Najmniejszą kategorię stanowią **fotografowie (0,9%)**, co sugeruje, że działalności kreatywne w tym segmencie są reprezentowane marginalnie.

Wykres 19. Na czym polega Państwa działalność? - Branże usługowe



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=114

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, działalności usługowe deklarowane przez respondentów tworzą pięć wyraźnych segmentów. Największą grupę stanowią **usługi fryzjerskie i kosmetyczne**, obejmujące strzyżenie, koloryzację, stylizację, pielęgnację włosów oraz zabiegi kosmetyczne. Drugą dużą kategorię tworzą **usługi techniczne i naprawcze**, w tym elektryka, naprawa sprzętu komputerowego, AGD, zegarmistrzostwo, stolarka czy usługi zduńskie. Kolejny segment to **gastronomia i hotelarstwo**, obejmujące prowadzenie restauracji, przygotowywanie posiłków oraz obsługę gości. W odpowiedziach pojawiły się także **usługi handlowe**, związane ze sprzedażą produktów spożywczych, metalowych, napojów czy alkoholu. Ostatnią grupę stanowią **usługi specjalistyczne i kreatywne**, takie jak florystyka, kursy językowe, fotografia, transport czy działalność artystyczna.

Odpowiedzi pokazują, że sektor usług jest bardzo zróżnicowany, ale łączy go praca bezpośrednia z klientem, indywidualizacja usług oraz dominacja małych firm i jednoosobowych działalności.

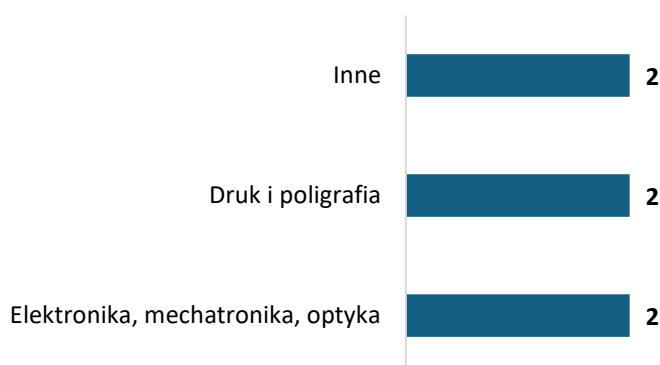
Tabela 15. Branże usługowe – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Grupa usług	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Usługi fryzjerskie i kosmetyczne	Strzyżenie, koloryzacja, stylizacja, pielęgnacja włosów; zabiegi kosmetyczne; barbering; stylizacja paznokci.	„Fryzjerstwo”; „strzyżenie, farbowanie włosów”; „fryzjerstwo damsko-męskie”; „stylizacja paznokci”; „przedłużanie i doczepianie włosów”; „oferujemy strzyżenie włosów, koloryzację, stylizację i pielęgnację”; „wszystko co związane z pielęgnacją i stylizacją włosów”
2. Usługi techniczne i naprawcze	Naprawa sprzętu, instalacje, prace techniczne i rzemieślnicze: elektryka, komputery, AGD, zegarki, stolarka, zduństwo, kominiarstwo.	„Jestem elektrykiem, świadczę usługi elektryczne”; „naprawa laptopów i komputerów”; „naprawa sprzętu AGD”; „zegarmistrzowie”; „usługi szewskie”; „kominarskie”; „usługi zduńskie i kamieniarskie”; „konserwacja i naprawa mebli”; „stolarka”; „wykonuję usługi koparką”
3. Gastronomia i hotelarstwo	Przygotowywanie posiłków, prowadzenie restauracji, catering, obsługa gości.	„Gastronomia”; „restauracja”; „prowadzenie restauracji”; „przygotowywanie i dostarczanie żywności”; „hotelarstwo gastronomia”; „gotowanie”
4. Usługi handlowe	Sprzedaż produktów spożywczych, metalowych, napojów, alkoholu, parasoli; prowadzenie sklepów.	„Prowadzę swój sklep spożywczy”; „sprzedaż artykułów spożywczych”; „sprzedajemy napoje i alkohol”; „sprzedajemy i naprawiamy parasole”; „sprzedaż wyrobów metalowych drobnych”
5. Usługi specjalistyczne i kreatywne	Florystyka, fotografia, kursy językowe, działalność artystyczna, transport, optyka, wynajem aut.	„Fotografia”; „projektowanie dekoracji roślinnych”; „sprzedajemy bukiety i aranżacje kwiatowe”; „indywidualne kursy językowe”; „optyczna”; „usługi transportowe, przewóz autobusowy”; „wynajem oraz sprzedaż aut”; „wykonywanie zleceń plastycznych, malarstwo, grafika, rzeźba”

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

Działalność firm z branż chemicznych i precyzyjnych rozkłada się równomiernie pomiędzy trzy główne obszary: **druk i poligrafię, elektronikę, mechatronikę i optykę** oraz działalności zaklasyfikowane jako „inne” — każda z tych kategorii uzyskała po **2 wskazania**. Taki rozkład pokazuje, że segment jest niewielki i silnie zróżnicowany, bez wyraźnie dominującej specjalizacji.

Wykres 20. Na czym polega Państwa działalność? - Branże chemiczne i precyzyjne



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=6

Jak pokazały odpowiedzi na pogłębiające pytanie otwarte, działalności zaliczane do branż chemicznych i precyzyjnych są stosunkowo zróżnicowane, ale można je pogrupować w trzy główne segmenty. Pierwszy obejmuje **druk i poligrafię**, czyli usługi związane z przygotowaniem, drukowaniem i obróbką materiałów

graficznych. Drugi segment to **produkcja i naprawa urządzeń elektronicznych**, w tym sprzętu komputerowego oraz telefonów — działalności wymagające wysokiej precyzji i umiejętności technicznych. Trzeci segment tworzą **usługi precyzyjne i specjalistyczne**, takie jak sprzedaż trofeów, statuetek i nagród okolicznościowych, a także prace związane z farbami i lakierami. Odpowiedzi pokazują, że branże te łączy praca z materiałami wymagającymi dokładności, technicznej wiedzy oraz specjalistycznych narzędzi.

Tabela 16. Branże chemiczne i precyzyjne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów

Grupa branżowa	Charakterystyka	Przykładowe odpowiedzi respondentów
1. Druk i poligrafia	Usługi drukarskie, przygotowanie materiałów graficznych, poligrafia użytkowa i reklamowa.	„Druk i poligrafia”; „Drukarnia”
2. Produkcja i naprawa urządzeń elektronicznych	Produkcja, serwis i naprawa sprzętu komputerowego, telefonów i urządzeń telekomunikacyjnych; działalność wymagająca precyzji i wiedzy technicznej.	„naprawa urządzeń telekomunikacyjnych typu telefony”; „produkujemy i naprawiamy sprzęt komputerowy”
3. Usługi precyzyjne i specjalistyczne	Prace wymagające dokładności i obróbki materiałów, sprzedaż produktów precyzyjnych i okolicznościowych.	„farby, lakiery”; „prowadzą sprzedaż trofeów, pucharów, medali, statuetek, nagród szklanych”

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, odpowiedzi na pytanie otwarte.

Podsumowanie rozdziału

Struktura działalności rzemieślniczej w regionie opiera się na silnym zakorzenieniu w tradycyjnych instytucjach oraz na wysokim poziomie formalnych kwalifikacji zawodowych. Jak wskazano w dokumencie, „82,0% rzemieślników jest zrzeszone w cechu rzemieślniczym lub Izbie Rzemieślników i Przedsiębiorców”, co potwierdza trwałość modelu cechowego i jego znaczenie dla funkcjonowania sektora. Jednocześnie 18% firm działa poza strukturami samorządu gospodarczego, często w nowych, bardziej niezależnych formach rzemiosła.

Rzemiosło pozostaje branżą silnie opartą na kwalifikacjach — „81,4% respondentów... posiada tytuł mistrza lub czeladnika”, a ponad połowa dysponuje dodatkowymi poświadczeniami kompetencji. Jednocześnie dodatkowe certyfikaty pojawiają się rzadko i dotyczą głównie zawodów technicznych, artystycznych lub specjalistycznych.

Struktura zawodowa jest zróżnicowana, lecz dominują trzy główne obszary: motoryzacja, usługi osobiste oraz budownictwo. Mechanicy, elektromechanicy, blacharze i lakiernicy tworzą największą grupę zawodową, a fryzjerstwo i gastronomia stanowią istotne uzupełnienie profilu rzemiosła w regionie.

Rzemiosło pełni również ważną funkcję edukacyjną — „66,0% badanych firm deklaruje, że prowadzi przygotowanie zawodowe uczniów”, co potwierdza trwałość modelu dualnego. Jednocześnie jedna trzecia firm nie szkoli młodocianych, najczęściej z powodów organizacyjnych lub specyfiki branży.

Model biznesowy rzemiosła pozostaje wyraźnie lokalny i bezpośredni. „79,0% firm wskazuje osoby prywatne jako główne źródło przychodów”, a sprzedaż odbywa się przede wszystkim w formule bezpośredniej (70,3%). Kanały cyfrowe, pośrednicy czy eksport internetowy mają marginalne znaczenie. W poszczególnych branżach — technicznych, usługowych, budowlanych, spożywczych — dominuje ten sam wzorec: praca wykonywana osobiście, na miejscu u klienta lub w zakładzie, z minimalnym udziałem sprzedaży online.

Ostatnia część rozdziału, oparta na odpowiedziach otwartych, pokazuje ogromną różnorodność działalności rzemieślniczej — od mechaniki pojazdowej, przez fryzjerstwo, instalacje sanitarne, cukiernictwo, stolarstwo, aż po niszowe specjalizacje, takie jak kominiarstwo, produkcja trofeów, rękodzieło artystyczne czy usługi

florystyczne. Opisy działalności potwierdzają, że rzemiosło w regionie łączy tradycyjne zawody z nowymi formami usług i produkcji, zachowując przy tym silny lokalny charakter.

3.2 KONDYCJA EKONOMICZNA I PERSPEKTYWY ROZWOJU

Zdecydowana większość rzemieślników ocenia obecną sytuację ekonomiczną swojej działalności **raczej dobrze (66,8%)**. Wynik ten wskazuje na stabilność sektora oraz relatywnie dobrą kondycję firm, mimo wyzwań związanych z rosnącymi kosztami prowadzenia działalności czy presją płacową. Rzemieślnicy postrzegają swoją sytuację jako przewidywalną i bezpieczną, choć niekoniecznie dynamicznie rozwijającą się.

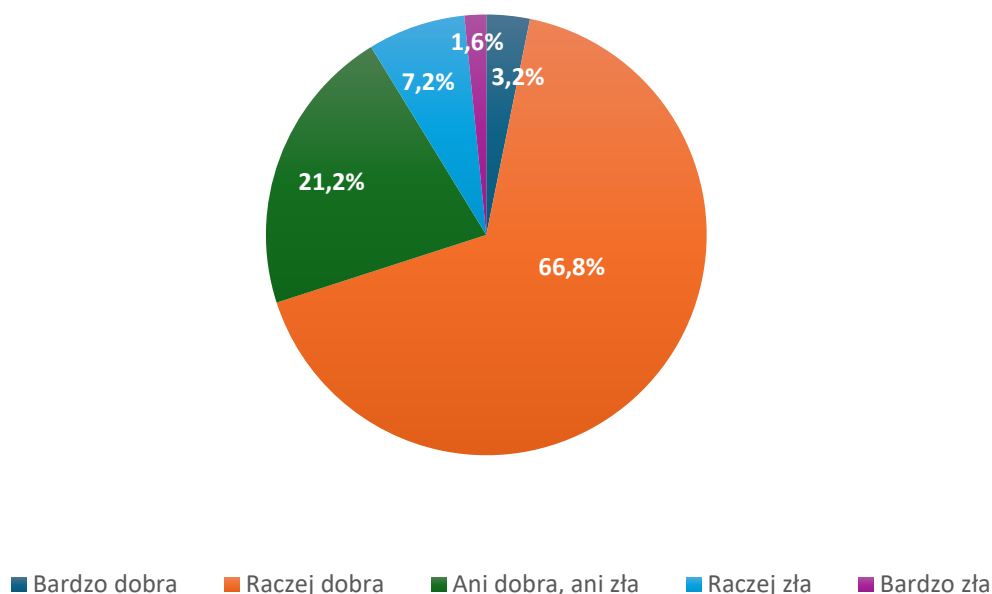
Kolejna duża grupa respondentów określa sytuację jako **ani dobrą, ani złą (21,2%)**, co sugeruje funkcjonowanie na poziomie równowagi — bez wyraźnych sygnałów wzrostu, ale też bez odczuwalnych strat. To firmy, które utrzymują się na rynku, lecz nie obserwują znaczącej poprawy warunków ekonomicznych.

Raczej złą sytuację deklaruje **7,2%** badanych, a **bardzo złą** — **1,6%**. Choć to niewielki odsetek, wskazuje na obecność firm, które zmagają się z trudnościami finansowymi, spadkiem liczby klientów lub rosnącymi kosztami działalności.

Najmniejszą grupę stanowią przedsiębiorcy oceniający swoją sytuację jako **bardzo dobrą (3,2%)**, co potwierdza, że dynamiczny wzrost jest w rzemiośle zjawiskiem rzadkim i dotyczy głównie firm wyspecjalizowanych lub działających w branżach o wysokim popycie.

Struktura odpowiedzi pokazuje, że sektor rzemieślniczy pozostaje **stabilny, ale umiarkowany w ocenie własnej kondycji**, z przewagą ocen pozytywnych, lecz niewielkim udziałem ocen skrajnie dobrych.

Wykres 21. Jak Pan/Pani ocenia obecną sytuację ekonomiczną swojej działalności?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Ocena zmian zachodzących w działalności rzemieślników w ostatnich 12 miesiącach pokazuje wyraźnie zróżnicowany obraz sytuacji ekonomicznej. W części obszarów dominują oceny stabilności, natomiast w innych — szczególnie kosztowych — przeważają wskazania pogorszenia.

- **Poziom przychodów i liczba klientów:** W obszarach związanych z popytem sytuacja jest relatywnie korzystna. **42,4%** firm deklaruje wzrost przychodów, a **40,8%** — wzrost liczby klientów i zleceń. Jednocześnie niemal połowa badanych wskazuje, że liczba klientów **pozostała bez zmian (49,4%)**, co potwierdza stabilność popytu na usługi rzemieślnicze. Pogorszenie w tych obszarach deklaruje jedynie niewielka część firm (od 8,5% do 10,3%).
- **Koszty działalności – wyraźne pogorszenie:** Najbardziej niekorzystne zmiany dotyczą kosztów prowadzenia działalności. W trzech kluczowych obszarach dominuje jednoznacznie ocena pogorszenia: **stałe koszty działalności** (ZUS, księgowość): pogorszenie wskazuje **53,3%** firm, **koszty materiałów i surowców**: pogorszenie deklaruje **52,0%**, **koszty pracy**: wzrost kosztów odczuło **50,4%** firm. W żadnym z tych obszarów nie odnotowano odpowiedzi „trudno powiedzieć”, co świadczy o jednoznaczności i powszechności odczuwanych zmian.
- **Rentowność, płynność i zdolność inwestycyjna:** Oceny dotyczące kondycji finansowej są bardziej zrównoważone. **Rentowność działalności** poprawiła się u **48,1%** firm, a **55,7%** wskazuje, że nie uległa zmianie. Jednocześnie **13,5%** deklaruje jej spadek, co może wynikać z rosnących kosztów operacyjnych. W przypadku **płynności finansowej** dominuje stabilność (**56,2%**), choć **29,4%** firm odnotowało poprawę, a **13,3%** — pogorszenie. **Zdolność do inwestowania** poprawiła się u **31,3%** firm, natomiast ponad połowa (**52,0%**) wskazuje brak zmian. Pogorszenie deklaruje **15,1%**, co może być efektem rosnących kosztów i ograniczonej przestrzeni finansowej.

Tabela 17. Proszę ocenić jakie zmiany zaszły w różnych obszarach Państwa działalności w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

Kategoria/obszar wskaźnik	Sytuacja poprawiła się	Sytuacja się nie zmieniła	Sytuacja pogorszyła się	Trudno powiedzieć
Poziom przychodów	42,4%	44,0%	10,3%	3,3%
Stale koszty prowadzenia działalności (np. ZUS, prowadzenie księgowości)	21,8%	24,9%	53,3%	0 %
Koszty materiałów i surowców	19,6%	28,4%	52,0%	0%
Koszty pracy	17,5%	32,1%	50,4%	0%
Liczba klientów i zleceń	40,8%	49,4%	8,5%	1,3%
Rentowność działalności (marża)	48,1%	55,7%	13,5%	2,7%
Płynność finansowa	29,4%	56,2%	13,3%	1,1%
Zdolność do inwestowania	31,3%	52,0%	15,1%	1,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Działalność rzemieślników w województwie lubelskim jest oceniana umiarkowanie optymistycznie, choć odpowiedzi rozkładają się szeroko. Najmniejsza grupa — **1,9%** — wskazuje na **bardzo dobre perspektywy**, oczekując wyraźnego wzrostu i nowych możliwości rozwoju.

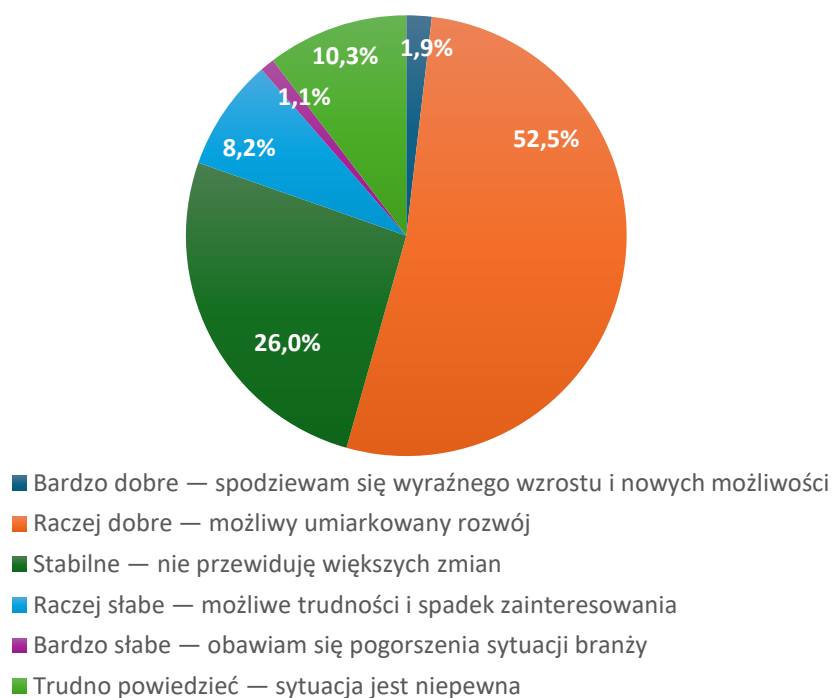
Kolejny segment to **52,5%**, czyli zdecydowana większość respondentów, którzy oceniają perspektywy jako **raczej dobre**, zakładając umiarkowany rozwój branży w najbliższych trzech latach. To dominujący ton odpowiedzi, wskazujący na ostrożny, ale realny optymizm.

Następnie **26,0%** badanych uznaje, że sytuacja pozostanie **stabilna**, bez większych zmian — ani pozytywnych, ani negatywnych. To sygnał, że duża część rzemieślników spodziewa się kontynuacji obecnych warunków rynkowych.

Kolejne odpowiedzi wskazują na bardziej pesymistyczne nastroje: **10,3%** ocenia perspektywy jako **raczej słabe**, przewidując trudności i spadek zainteresowania usługami. Jeszcze mniejsza grupa — **1,1%** — spodziewa się **bardzo słabych perspektyw**, obawiając się pogorszenia sytuacji branży.

Ostatni segment, **8,2%**, to osoby, które wskazały odpowiedź „**trudno powiedzieć**”, podkreślając niepewność i brak możliwości jednoznacznej oceny przyszłości.

Wykres 22. Jak Pan/Pani ocenia perspektywy rozwoju swojej branży w najbliższych 3 latach?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wskazania rzemieślników dotyczące zmian, które mogłyby w największym stopniu wesprzeć rozwój ich działalności, koncentrują się przede wszystkim wokół dwóch obszarów: stabilizacji kosztów oraz uproszczenia otoczenia regulacyjnego. **Najczęściej wskazywaną potrzebą jest stabilizacja cen materiałów i energii (56,5%)**, co odzwierciedla silną presję kosztową, z którą sektor mierzy się od wielu miesięcy. Wysokie i zmienne ceny surowców, energii oraz komponentów są jednym z głównych czynników ograniczających rentowność i możliwości inwestycyjne firm.

Niewiele mniej respondentów wskazuje na **uproszczenie przepisów i formalności (54,1%)**. To sygnał, że rzemieślnicy odczuwają obciążenia administracyjne jako realną barierę rozwoju — zarówno w zakresie prowadzenia działalności, jak i korzystania z dostępnych form wsparcia. Oczekiwania dotyczą przede wszystkim zmniejszenia biurokracji, uproszczenia procedur oraz większej przewidywalności regulacyjnej.

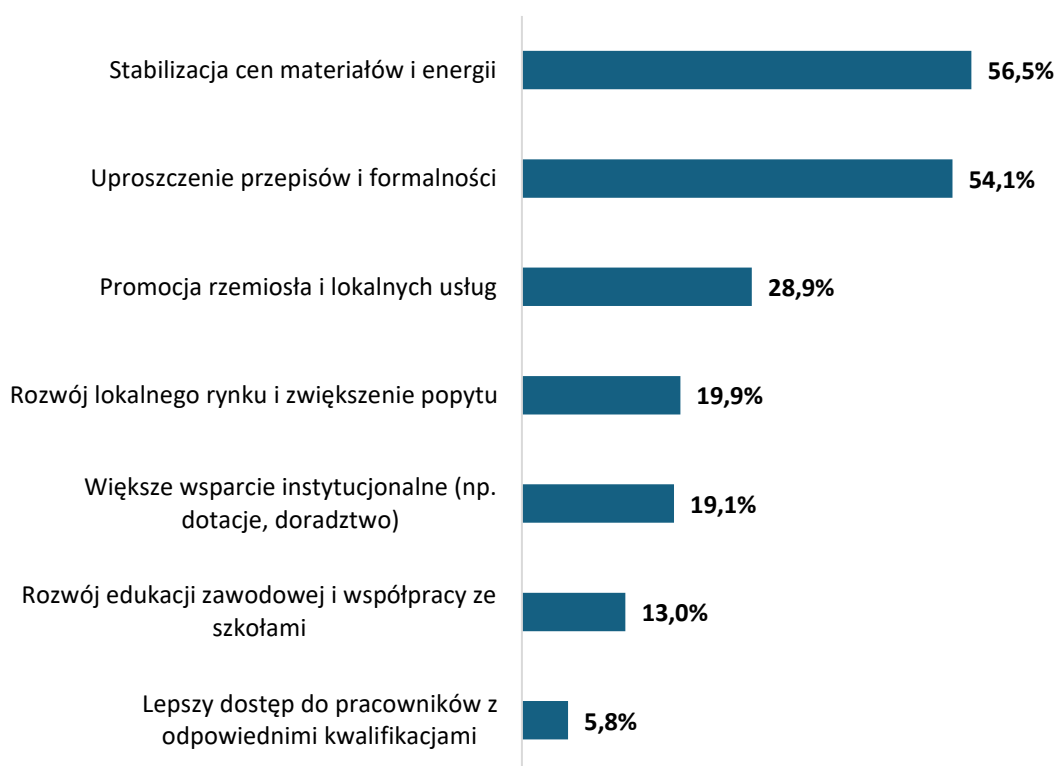
Na trzecim miejscu znalazła się potrzeba **promocji rzemiosła i lokalnych usług (28,9%)**, co wskazuje na rosnącą świadomość znaczenia wizerunku branży i jej pozycji na rynku. Rzemieślnicy dostrzegają, że większa rozpoznawalność i docenienie lokalnych usług mogłyby przełożyć się na wzrost popytu i lepszą konkurencyjność.

Kolejne wskazania dotyczą **rozwój lokalnego rynku i zwiększenia popytu (19,9%)** oraz **większego wsparcia instytucjonalnego (19,1%)**, obejmującego m.in. dotacje, doradztwo czy programy rozwojowe. To obszary, które mogą wzmocnić potencjał firm, szczególnie tych najmniejszych.

Znacznie rzadziej wskazywano na **rozwój edukacji zawodowej i współpracy ze szkołami (13,0%)** oraz **lepszy dostęp do pracowników z odpowiednimi kwalifikacjami (5,8%)**. Choć problemy kadrowe są obecne w wielu branżach, w rzemiośle nie są one postrzegane jako najpilniejsze w porównaniu z presją kosztową i obciążeniami administracyjnymi.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiośle oczekuje przede wszystkim **stabilności kosztów i uproszczenia otoczenia regulacyjnego**, a dopiero w dalszej kolejności działań promocyjnych i wsparcia instytucjonalnego. To potwierdza, że sektor funkcjonuje w warunkach dużej zmienności ekonomicznej, a jego rozwój zależy przede wszystkim od przewidywalności i ograniczenia barier zewnętrznych.

Wykres 23. Jakie potencjalne zmiany w otoczeniu rynkowym uznaje Pan/Pani za kluczowe dla rozwoju Państwa działalności? Wskaż maksymalnie 3 najważniejsze z nich.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Kondycja ekonomiczna rzemiosła w regionie jest oceniana przede wszystkim jako stabilna, z wyraźną przewagą ocen pozytywnych, ale bez oznak dynamicznego wzrostu. Zdecydowana większość rzemieślników określa swoją sytuację jako raczej dobrą, co wskazuje na przewidywalność i względne bezpieczeństwo prowadzenia działalności, mimo rosnących kosztów operacyjnych. Jednocześnie duża grupa firm funkcjonuje na poziomie równowagi, nie obserwując ani poprawy, ani pogorszenia warunków ekonomicznych. Odsetek przedsiębiorstw w trudnej sytuacji jest niewielki, co potwierdza odporność sektora, choć nie brakuje firm zmagających się z presją kosztową czy spadkiem popytu.

Analiza zmian w ostatnich 12 miesiącach pokazuje wyraźną dychotomię między obszarami popytowymi a kosztowymi. Wzrost przychodów i liczby klientów deklaruje znacząca część firm, a jeszcze większa wskazuje na stabilność tych wskaźników. Jednocześnie w obszarze kosztów działalności dominuje jednoznaczne pogorszenie — szczególnie w zakresie cen materiałów, energii, kosztów pracy oraz obciążeń stałych. To właśnie presja

kosztowa stanowi dziś najpoważniejsze wyzwanie dla rzemiosła, ograniczając rentowność i możliwości inwestycyjne.

Oceny dotyczące rentowności, płynności i zdolności inwestycyjnej są bardziej zrównoważone: część firm odnotowuje poprawę, część stabilizację, a mniejszość — pogorszenie. Wyniki te wskazują, że mimo rosnących kosztów wiele przedsiębiorstw potrafi utrzymać efektywność finansową, choć nie zawsze przekłada się to na możliwość rozwoju.

Perspektywy rozwoju branż rzemieślniczych są postrzegane przede wszystkim jako stabilne. Ponad połowa rzemieślników oczekuje, że sytuacja ich branży w najbliższych latach nie ulegnie większym zmianom. Umiarkowany optymizm deklaruje około jedna trzecia badanych, widząc szansę na stopniowy rozwój. Jednocześnie niewielka grupa przewiduje wyraźne pogorszenie warunków, co może wynikać z rosnącej konkurencji, zmian rynkowych lub specyfiki danej działalności.

Wskazywane przez rzemieślników potrzeby rozwojowe koncentrują się przede wszystkim na stabilizacji kosztów oraz uproszczeniu otoczenia regulacyjnego. Najczęściej wymieniane są stabilne ceny materiałów i energii oraz redukcja obciążeń administracyjnych, co odzwierciedla kluczowe bariery ograniczające rozwój sektora. W dalszej kolejności pojawiają się potrzeby związane z promocją rzemiosła, rozwojem lokalnego rynku, wsparciem instytucjonalnym oraz — rzadziej — edukacją zawodową i dostępem do wykwalifikowanych pracowników.

Ogólny obraz kondycji ekonomicznej rzemiosła wskazuje na sektor stabilny, odporny, ale funkcjonujący w warunkach silnej presji kosztowej i ograniczonej przestrzeni do inwestowania. Perspektywy rozwoju są umiarkowanie pozytywne, choć zależne od przewidywalności otoczenia gospodarczego i ograniczenia barier zewnętrznych.

3.3 STRATEGIE ROZWOJOWE

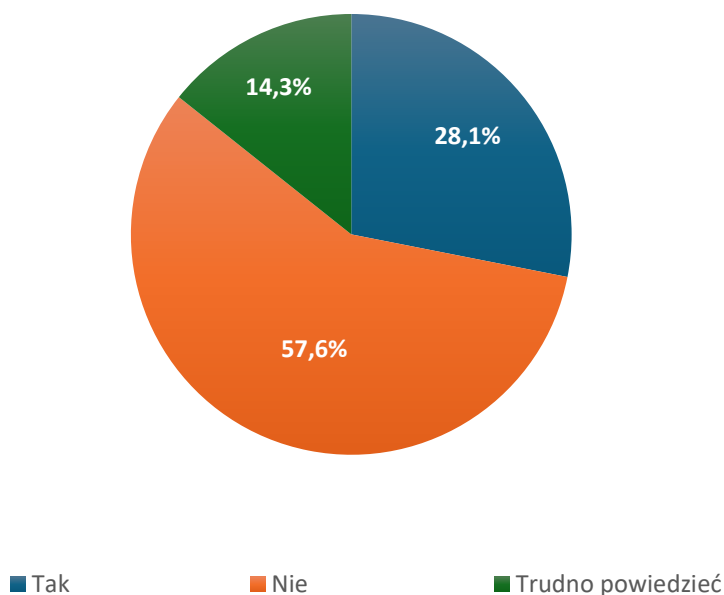
Wyniki pokazują, że większość rzemieślników **nie posiada formalnego planu ani strategii rozwoju swojej działalności**. Taką odpowiedź wskazało **57,6%** badanych. Oznacza to, że ponad połowa firm funkcjonuje w modelu operacyjnym opartym na bieżącym reagowaniu na potrzeby rynku, bez długofalowego planowania czy wyznaczania kierunków rozwoju.

Jedynie **28,1%** respondentów deklaruje, że posiada plan lub strategię rozwoju. To stosunkowo niewielka grupa, która najczęściej obejmuje firmy bardziej sformalizowane, działające w branżach technicznych lub usługach wymagających większych inwestycji i planowania zasobów.

Dodatkowo **14,3%** badanych wskazuje, że trudno im jednoznacznie ocenić, czy taki plan posiadają. Może to wynikać z funkcjonowania w oparciu o nieformalną, intuicyjną wizję rozwoju, która nie została spisana ani nazwana strategią, choć w praktyce wyznacza kierunek działania.

Ogólny obraz wskazuje, że sektor rzemieślniczy opiera się przede wszystkim na **krótkoterminowym, elastycznym podejściu do prowadzenia działalności**, a formalne planowanie strategiczne pozostaje domeną mniejszej części firm.

Wykres 24. Czy posiadają Państwo plan lub strategię rozwoju swojej działalności?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wśród przedsiębiorców, którzy deklarują posiadanie planu lub strategii rozwoju, najczęściej wskazywanym kierunkiem działania są **szkolenia i rozwój kompetencji własnych lub zespołu (49,1%)**. Pokazuje to, że rzemieślnicy postrzegają kapitał ludzki jako kluczowy czynnik wzrostu — zarówno w kontekście jakości usług, jak i możliwości rozszerzania działalności.

Niewiele mniej respondentów planuje **rozszerzenie oferty usług lub produktów (47,2%)**, co świadczy o chęci zwiększania konkurencyjności poprzez dywersyfikację działalności. To kierunek charakterystyczny dla firm, które chcą odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów lub szukają nowych nisz rynkowych.

Wprowadzenie nowych technologii lub automatyzacji (32,1%) stanowi trzeci najczęściej wskazywany obszar rozwoju. Obejmuje to zarówno modernizację zaplecza technicznego, jak i wdrażanie rozwiązań usprawniających procesy produkcyjne czy usługowe.

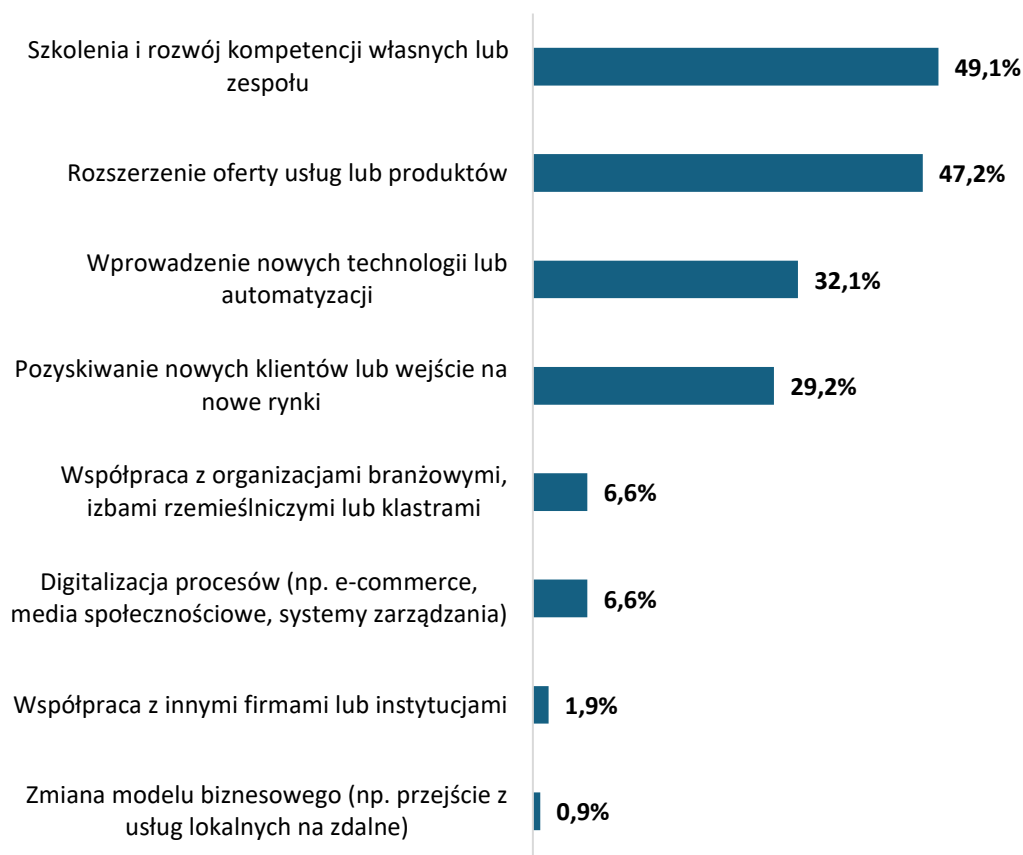
Kolejnym kierunkiem jest **pozyskiwanie nowych klientów lub wejście na nowe rynki (29,2%)**, co potwierdza, że część firm planuje rozwój poprzez ekspansję — lokalną, branżową lub produktową.

Znacznie rzadziej wskazywano na działania wymagające współpracy z otoczeniem instytucjonalnym lub innymi firmami. **Współpraca z organizacjami branżowymi, izbami rzemieślniczymi lub klastrami (6,6%)** oraz **digitalizacja procesów (6,6%)** pozostają na marginesie planów rozwojowych, mimo że mogą stanowić istotne źródło wsparcia i profesjonalizacji działalności.

Najrzadziej wskazywane są działania bardziej strategiczne, takie jak **współpraca z innymi firmami lub instytucjami (1,9%)** oraz **zmiana modelu biznesowego (0,9%)**. Pokazuje to, że rzemieślnicy preferują rozwój ewolucyjny, oparty na doskonaleniu dotychczasowych praktyk, a nie na radykalnych zmianach sposobu funkcjonowania.

Ogólny obraz wskazuje, że firmy posiadające strategię rozwoju koncentrują się przede wszystkim na **wzmocnieniu kompetencji, rozszerzeniu oferty i modernizacji technologicznej**, natomiast rzadziej planują działania wymagające współpracy zewnętrznej lub transformacji modelu biznesowego.

Wykres 25. W jaki sposób planują Państwo rozwijać swoją działalność?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=106

Wśród przedsiębiorców, którzy nie posiadają planu ani strategii rozwoju, zdecydowanie dominuje podejście skoncentrowane na bieżącym funkcjonowaniu firmy. **Aż 85,7%** respondentów wskazuje, że skupia się przede wszystkim na codziennej działalności i nie planuje zmian. To pokazuje, że rzemiosło w dużej mierze działa w modelu operacyjnym, reagując na aktualne potrzeby klientów i sytuację rynkową, bez formalizowania długofalowych kierunków rozwoju.

Drugim najczęściej wskazywanym powodem jest **brak czasu lub zasobów na planowanie strategiczne (20,3%)**. Wskazuje to na ograniczenia organizacyjne i kadrowe, typowe dla mikro- i małych firm, w których właściciel pełni jednocześnie wiele ról i nie ma przestrzeni na działania wykraczające poza bieżące obowiązki.

13,8% badanych deklaruje, że **nie posiada wystarczającej wiedzy lub wsparcia, aby opracować strategię**. To sygnał, że część firm mogłaby skorzystać z doradztwa, szkoleń lub narzędzi wspierających planowanie rozwoju.

Podobny odsetek (**13,4%**) wskazuje, że **nie widzi potrzeby rozwoju w obecnych warunkach rynkowych**. Może to dotyczyć firm działających w stabilnych niszach, o stałej bazie klientów, które nie odczuwają presji konkurencyjnej lub nie planują ekspansji.

Najrzadziej wskazywanym powodem jest przekonanie, że **działalność ma charakter sezonowy lub lokalny i nie wymaga strategii (0,9%)**. To niewielka grupa firm, które funkcjonują w bardzo wąskich segmentach rynku i nie widzą potrzeby formalnego planowania.

Ogólny obraz pokazuje, że brak strategii rozwoju wynika przede wszystkim z **orientacji na bieżące działania**, ograniczeń zasobowych oraz braku kompetencji w zakresie planowania. Jednocześnie niewielki udział odpowiedzi wskazujących na brak potrzeby rozwoju sugeruje, że większość firm nie odrzuca idei planowania — raczej nie ma warunków, aby je wdrożyć.

Wykres 26. Jeśli „Nie”, to dlaczego?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=217

Wśród działań podejmowanych przez rzemieślników w celu pozyskania nowych klientów zdecydowanie dominuje **marketing relacyjny**. Najczęściej wskazywaną formą jest **polecenie od dotychczasowych klientów (54,4%)**, co potwierdza, że sektor opiera się przede wszystkim na reputacji, jakości usług i lokalnych relacjach. To naturalny mechanizm wzrostu w branżach, w których zaufanie i doświadczenie mają kluczowe znaczenie.

Drugą grupę działań stanowią aktywności związane z obecnością w przestrzeni publicznej i cyfrowej. **26,3%** firm korzysta z **mediów społecznościowych**, a **23,1%** stosuje **reklamę lokalną**, taką jak ulotki, banery czy ogłoszenia w prasie. Wciąż stosunkowo rzadko wykorzystywane są narzędzia internetowe wymagające większej specjalizacji — **reklama online (4,0%)** czy **pozycjonowanie SEO (0,5%)** pozostają marginalne.

Znacząca część firm angażuje się w działania bezpośrednie i środowiskowe: **udział w targach, jarmarkach i wydarzeniach branżowych (18,8%)** oraz **współpracę z lokalnymi firmami lub instytucjami (17,2%)**. To formy aktywności charakterystyczne dla rzemiosła, pozwalające budować rozpoznawalność w społeczności lokalnej.

18,6% przedsiębiorców prowadzi **stronę internetową lub sklep online**, co wskazuje na umiarkowany poziom digitalizacji sektora. Z kolei **promocje, rabaty i programy lojalnościowe (11,4%)** są stosowane rzadziej, co może wynikać z ograniczonej marżowości wielu działalności.

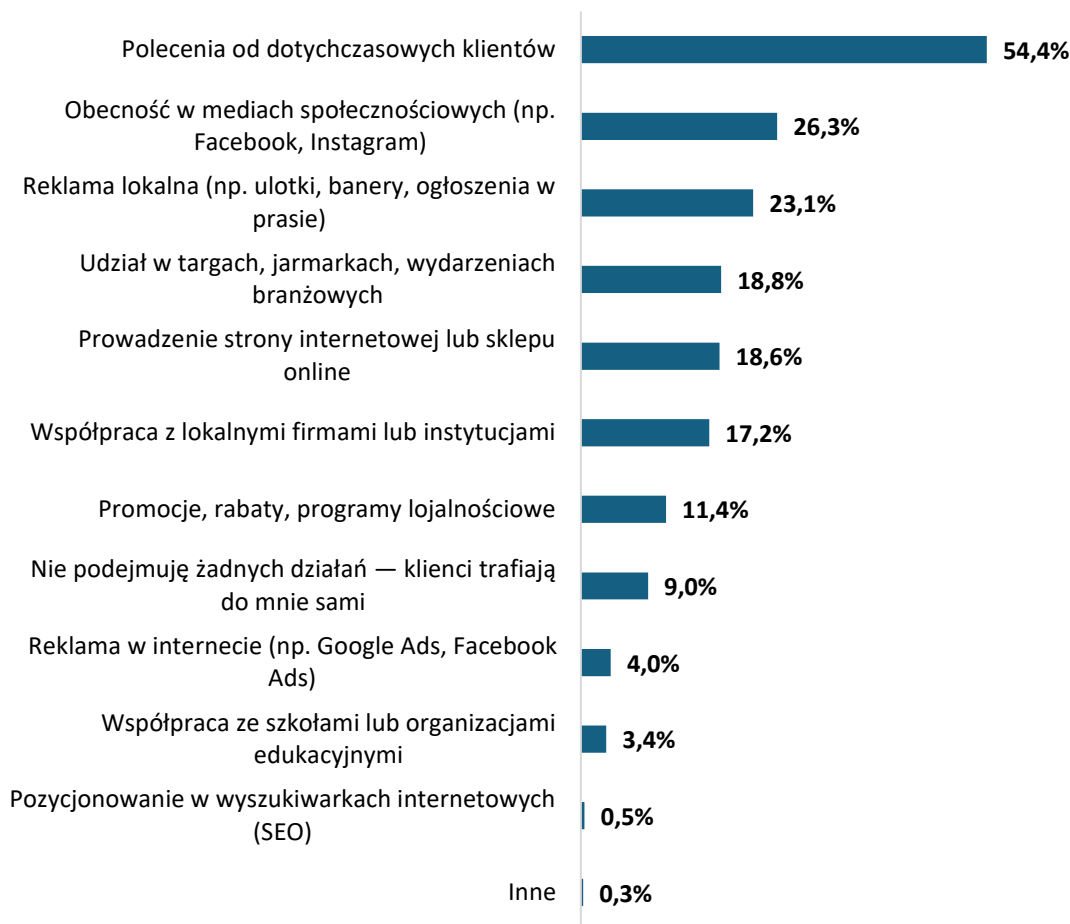
Warto odnotować, że **9,0%** firm deklaruje, iż **nie podejmuje żadnych działań**, ponieważ klienci trafiają do nich sami — zwykle dzięki lokalnej renomie i stałej bazie odbiorców.

Najrzadziej wskazywane są działania wymagające współpracy instytucjonalnej lub edukacyjnej: **współpraca ze szkołami (3,4%)** oraz odpowiedzi zaklasyfikowane jako **inne (0,3%)**: „*Jestem na rynku 20 lat i nie potrzebuję już reklam*”.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiosło opiera pozyskiwanie klientów przede wszystkim na **rekomendacjach i relacjach**, a dopiero w dalszej kolejności na działaniach promocyjnych i cyfrowych. Sektor pozostaje

umiarkowanie zdigitalizowany, a aktywności marketingowe są najczęściej proste, lokalne i oparte na bezpośrednim kontakcie.

Wykres 27. Jakie działania podejmują Państwo, aby pozyskać nowych klientów? Proszę wskazać wszystkie działania, które są podejmowane.



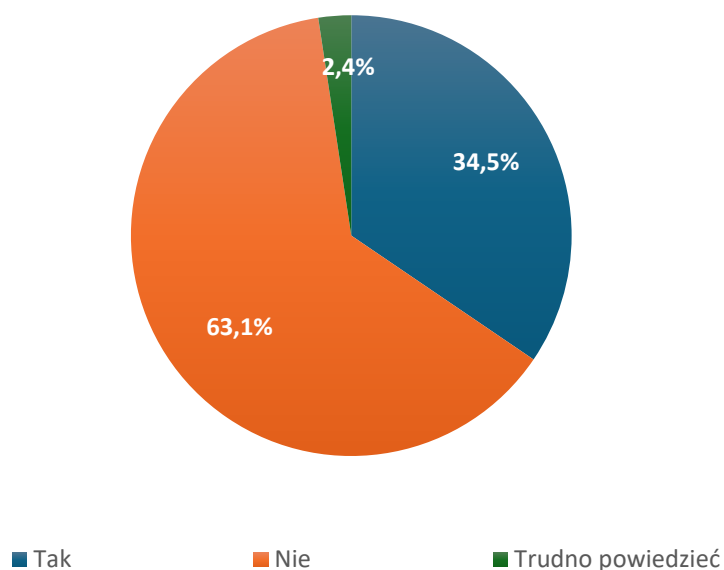
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Większość rzemieślników **nie korzysta z funduszy publicznych ani programów wsparcia na rozwój działalności**. Taką odpowiedź wskazało **63,1%** badanych. Wynik ten potwierdza, że sektor w dużej mierze funkcjonuje bez zewnętrznego finansowania, opierając się na własnych zasobach i bieżących przychodach. Może to wynikać zarówno z ograniczonej dostępności programów dopasowanych do specyfiki rzemiosła, jak i z barier administracyjnych czy braku wiedzy o możliwościach wsparcia.

34,5% respondentów deklaruje, że korzysta z dotacji, funduszy publicznych lub innych form wsparcia. To stosunkowo duża grupa, biorąc pod uwagę charakterystykę sektora, wskazująca na rosnącą świadomość dostępnych instrumentów finansowych oraz potrzebę inwestowania w rozwój, modernizację czy szkolenia.

Ogólny obraz pokazuje, że choć rzemiosło w większości działa bez zewnętrznych środków, to **ponad jedna trzecia firm aktywnie sięga po dostępne formy wsparcia**, co świadczy o rosnącej otwartości na finansowanie zewnętrzne i profesjonalizację działalności.

Wykres 28. Czy korzystają Państwo z funduszy publicznych, dotacji lub programów wsparcia na rozwój działalności?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wśród przedsiębiorców, którzy deklarują korzystanie z funduszy publicznych, dotacji lub programów wsparcia, dominują dwie główne formy pomocy. **Najczęściej wskazywane są programy szkoleniowe lub doradcze (50,8%)**, co pokazuje, że rzemieślnicy chętnie sięgają po wsparcie związane z rozwojem kompetencji, profesjonalizacją działalności oraz podnoszeniem kwalifikacji. Niemal równie popularne są **dotacje inwestycyjne (50,0%)**, obejmujące m.in. zakup maszyn, modernizację lokalu czy unowocześnienie zaplecza technicznego. To sygnał, że część firm aktywnie inwestuje w rozwój infrastruktury i technologii.

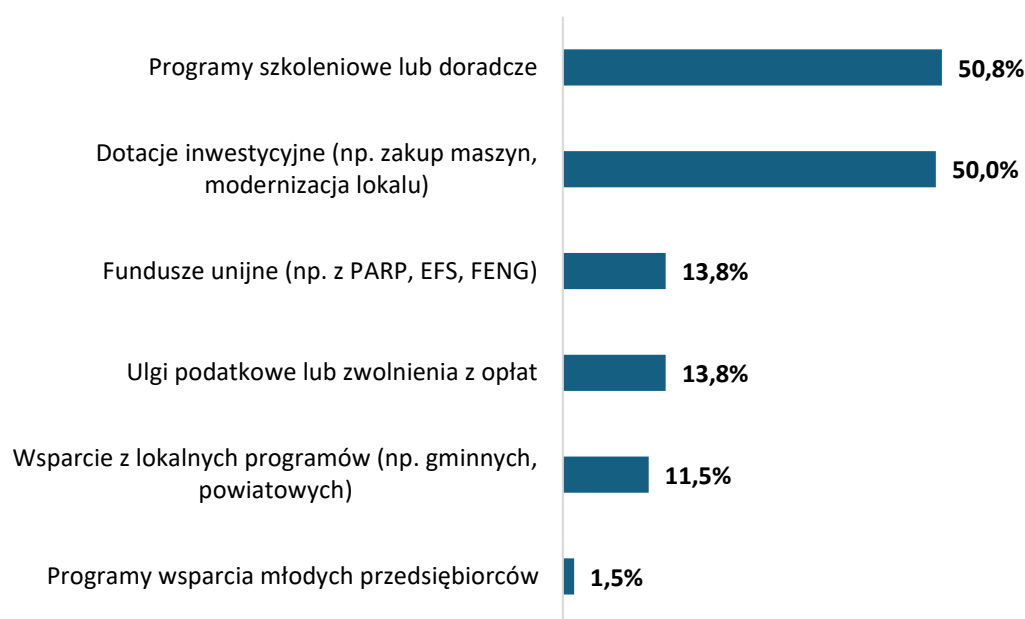
Znacznie rzadziej wykorzystywane są **fundusze unijne (13,8%)** oraz **ulgi podatkowe i zwolnienia z opłat (13,8%)**. Choć dostępne, wymagają one zwykle większej wiedzy, formalności lub spełnienia określonych kryteriów, co może ograniczać ich popularność wśród mikro- i małych firm.

Wsparcie z lokalnych programów (11,5%) — gminnych lub powiatowych — również nie jest powszechne, co może wynikać z ograniczonej oferty takich instrumentów lub niskiej świadomości ich dostępności.

Najrzadziej wskazywaną formą pomocy są **programy wsparcia młodych przedsiębiorców (1,5%)**, co wynika z faktu, że większość firm rzemieślniczych to działalności dojrzałe, funkcjonujące na rynku od wielu lat.

Ogólny obraz pokazuje, że przedsiębiorcy najchętniej korzystają z **wsparcia praktycznego i bezpośrednio użytecznego** — szkoleń, doradztwa i dotacji inwestycyjnych — natomiast rzadziej sięgają po bardziej złożone lub mniej dostępne instrumenty finansowe.

Wykres 29. Jeśli „Tak”, to z jakich?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=130

Wśród przedsiębiorców, którzy nie korzystają z funduszy publicznych ani programów wsparcia, najczęściej wskazywaną barierą jest **brak wiedzy o dostępnych możliwościach**. Aż **47,1%** respondentów deklaruje, że nie zna programów, z których mogliby skorzystać. To pokazuje, że kluczową przeszkodą nie jest niechęć do wsparcia, lecz **niedostateczna informacja i komunikacja** skierowana do sektora rzemieślniczego.

Drugą najczęściej wskazywaną barierą są **zbyt skomplikowane lub czasochłonne procedury (35,3%)**. Rzemieślnicy postrzegają proces aplikowania jako obciążający, wymagający dużej ilości formalności i czasu, którego często brakuje w małych firmach.

21,4% badanych wskazuje, że **nie ma czasu lub zasobów**, aby ubiegać się o wsparcie. To potwierdza, że mikroprzedsiębiorstwa funkcjonują w modelu, w którym właściciel pełni wiele ról jednocześnie, a działania administracyjne schodzą na dalszy plan.

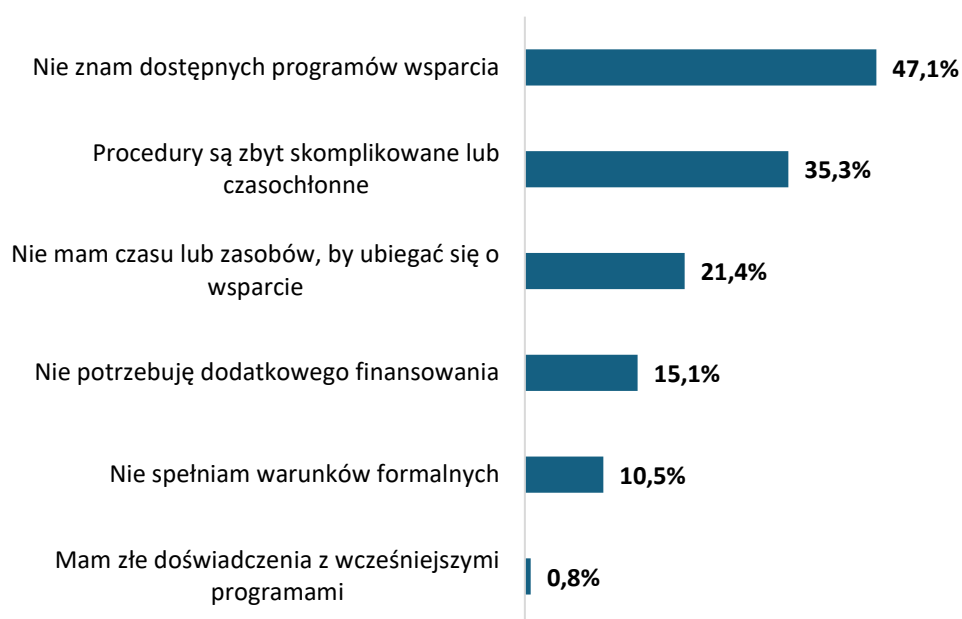
Dla **15,1%** firm **dotatkowe finansowanie nie jest potrzebne**, co może wynikać z niewielkiej skali działalności, stabilnej sytuacji finansowej lub braku planów inwestycyjnych.

10,5% respondentów deklaruje, że **nie spełnia warunków formalnych**, co może dotyczyć m.in. wymogów dotyczących wielkości firmy, okresu prowadzenia działalności czy rodzaju inwestycji.

Najrzadziej wskazywaną przyczyną są **złe doświadczenia z wcześniejszymi programami (0,8%)**, co sugeruje, że negatywne opinie o wsparciu publicznym nie są powszechne — dominują raczej bariery informacyjne i proceduralne.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiosło nie odrzuca idei korzystania z funduszy, lecz **napotyka na bariery informacyjne, administracyjne i organizacyjne**, które skutecznie ograniczają dostęp do dostępnych form wsparcia.

Wykres 30. Jeśli „Nie”, to dlaczego?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=238

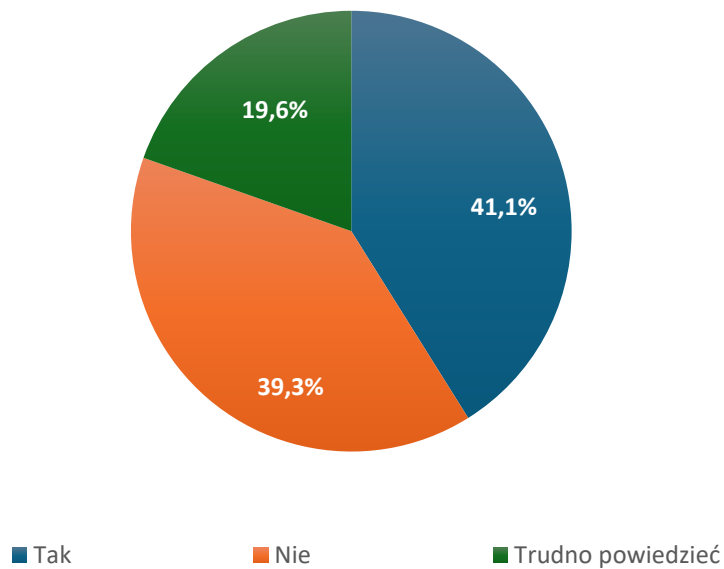
Deklaracje rzemieślników dotyczące planów inwestycyjnych na najbliższy rok pokazują sektor podzielony niemal na trzy równe części. **41,1%** przedsiębiorców planuje inwestycje — najczęściej związane z zakupem sprzętu, modernizacją lokalu lub szkoleniami. To grupa firm, które mimo rosnących kosztów i niepewności rynkowej widzą potrzebę rozwoju i unowocześniania działalności.

Niewiele mniejsza część — **39,3%** — nie planuje żadnych inwestycji. Może to wynikać z ograniczeń finansowych, braku przestrzeni do rozwoju, stabilnej sytuacji firmy lub koncentracji na bieżącym funkcjonowaniu. W tej grupie znajdują się zarówno przedsiębiorstwa działające w niszach o niskiej dynamice zmian, jak i firmy, które w ostatnich latach już dokonały kluczowych inwestycji.

Stosunkowo duży odsetek — **19,6%** — odpowiada „trudno powiedzieć”. To może być sygnał, że część firm funkcjonuje w warunkach niepewności, które utrudniają podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Może to dotyczyć zarówno sytuacji finansowej, jak i braku przewidywalności co do popytu, kosztów czy dostępnych form wsparcia.

Ogólny obraz wskazuje, że sektor rzemieślniczy znajduje się w fazie **ostrożnego planowania**, w której część firm jest gotowa inwestować, część wstrzymuje się z decyzjami, a znacząca grupa pozostaje w stanie wyczekiwania.

Wykres 31. Czy planują Państwo jakieś inwestycje (np. sprzęt, lokal, szkolenia) w ciągu najbliższego roku?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wśród przedsiębiorców planujących inwestycje w najbliższym roku dominują działania ukierunkowane na modernizację zaplecza technicznego oraz rozwój kompetencji. **Najczęściej wskazywaną formą inwestycji jest zakup nowych maszyn, narzędzi lub wyposażenia (61,9%)**, co potwierdza, że rzemiosło w dużej mierze opiera rozwój na unowocześnianiu parku technologicznego i podnoszeniu jakości świadczonych usług.

Drugim najczęściej wybieranym kierunkiem są **szkolenia własne lub pracowników (46,5%)**. Wynik ten pokazuje, że niemal połowa firm inwestuje w rozwój kompetencji, co jest kluczowe w branżach wymagających specjalistycznej wiedzy, certyfikacji lub ciągłego doskonalenia umiejętności.

Znacznie rzadziej wskazywane są inwestycje infrastrukturalne. **Modernizację lub rozbudowę lokalu planuje 18,7%** firm, co może wynikać z wysokich kosztów takich przedsięwzięć oraz ograniczonej dostępności przestrzeni w działalnościach prowadzonych lokalnie.

Wdrożenie nowych technologii lub automatyzacji deklaruje **7,1%** przedsiębiorców. Choć to stosunkowo niewielki odsetek, wskazuje na rosnące zainteresowanie rozwiązaniami usprawniającymi procesy produkcyjne i usługowe.

Jeszcze rzadziej planowane są działania związane z rozwojem oferty — **rozszerzenie usług lub produktów wskazuje 3,9%** firm — oraz inwestycje w promocję i marketing (**1,9%**). Pokazuje to, że rzemiosło koncentruje się przede wszystkim na inwestycjach twardych i kompetencyjnych, a nie na działaniach związanych z ekspansją rynkową czy budowaniem widoczności.

Ogólny obraz wskazuje, że przedsiębiorcy planujący inwestycje stawiają przede wszystkim na **modernizację wyposażenia i rozwój umiejętności**, natomiast rzadziej decydują się na inwestycje infrastrukturalne, technologiczne czy marketingowe.

Wykres 32. Jeśli „Tak”, to z jakich?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=155

Wśród przedsiębiorców, którzy nie planują inwestycji w najbliższym roku, dominuje podejście skoncentrowane na utrzymaniu bieżącej działalności. **Aż 60,1%** respondentów wskazuje, że ich priorytetem jest stabilne funkcjonowanie firmy, bez podejmowania dodatkowych działań rozwojowych. To typowe dla mikro- i małych przedsiębiorstw, które działają w warunkach ograniczonych zasobów i wysokiej zmienności kosztów.

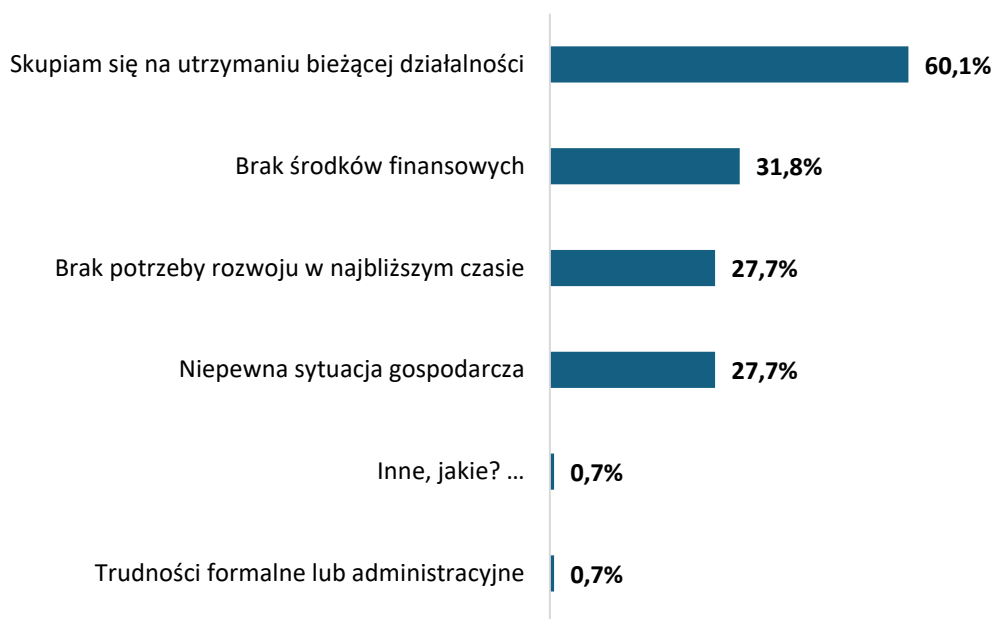
Drugim najczęściej wskazywanym powodem jest **brak środków finansowych (31,8%)**. Wynik ten potwierdza, że dla wielu firm barierą nie jest brak potrzeby rozwoju, lecz ograniczona zdolność inwestycyjna — szczególnie w kontekście rosnących kosztów prowadzenia działalności.

Na trzecim miejscu znajdują się dwie odpowiedzi wskazywane równie często: **brak potrzeby rozwoju w najbliższym czasie (27,7%)** oraz **niepewna sytuacja gospodarcza (27,7%)**. Pierwsza z nich dotyczy firm funkcjonujących w stabilnych niszach lub takich, które niedawno zakończyły większe inwestycje. Druga odzwierciedla ostrożność przedsiębiorców wobec zmiennych warunków rynkowych, inflacji czy niepewności popytu.

Najrzadziej wskazywane są: **trudności formalne lub administracyjne (0,7%)** oraz odpowiedzi zaklasyfikowane jako **inne (0,7%)**: „*Niedługo wybieram się na emeryturę*”. Pokazuje to, że bariery proceduralne nie są głównym czynnikiem powstrzymującym firmy przed inwestowaniem — dominują raczej kwestie finansowe, organizacyjne i związane z niepewnością.

Ogólny obraz wskazuje, że brak planów inwestycyjnych wynika przede wszystkim z **koncentracji na bieżącym funkcjonowaniu, ograniczeń finansowych oraz ostrożności wobec sytuacji gospodarczej**, a nie z braku zainteresowania rozwojem jako takim.

Wykres 33. Jeśli „Nie”, to dlaczego?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=148

Podsumowanie rozdziału

Analiza strategii rozwojowych rzemieślników pokazuje sektor funkcjonujący przede wszystkim w modelu operacyjnym, opartym na bieżącym reagowaniu na potrzeby rynku. Ponad połowa przedsiębiorców **nie posiada formalnego planu ani strategii rozwoju**, co wynika głównie z koncentracji na codziennym prowadzeniu działalności, ograniczeń czasowych i zasobowych oraz braku wiedzy o tym, jak takie strategie tworzyć. Jednocześnie niewielki odsetek firm deklaruje, że nie widzi potrzeby rozwoju — większość nie odrzuca idei planowania, lecz nie ma warunków, aby je wdrożyć.

Wśród firm, które posiadają strategię, dominują trzy kierunki: **rozwój kompetencji, rozszerzanie oferty oraz modernizacja technologiczna**. Rzemieślnicy inwestują przede wszystkim w szkolenia własne i pracowników, dywersyfikację usług oraz wprowadzanie nowych technologii i automatyzacji. Rzadziej planują działania wymagające współpracy zewnętrznej, takie jak współpraca branżowa, digitalizacja procesów czy zmiana modelu biznesowego — co potwierdza, że rozwój ma najczęściej charakter ewolucyjny, a nie transformacyjny.

Sposoby pozyskiwania klientów również odzwierciedlają tradycyjny charakter sektora. Najważniejszym narzędziem pozostają **polecenia i marketing relacyjny**, a dopiero w dalszej kolejności działania promocyjne i cyfrowe, takie jak media społecznościowe czy lokalna reklama. Narzędzia wymagające większej specjalizacji — reklama online, SEO, sklepy internetowe — są wykorzystywane sporadycznie.

W zakresie finansowania rozwoju większość firm **nie korzysta z funduszy publicznych**, głównie z powodu braku wiedzy o dostępnych programach oraz skomplikowanych procedur. Jednocześnie ponad jedna trzecia przedsiębiorców aktywnie sięga po wsparcie, najczęściej w formie **szkoleń, doradztwa i dotacji inwestycyjnych**, co świadczy o rosnącej otwartości na zewnętrzne źródła finansowania.

Plany inwestycyjne rzemieślników na najbliższy rok są zróżnicowane: część firm planuje inwestycje — głównie **w nowe maszyny, narzędzia i szkolenia** — część wstrzymuje się z decyzjami, a znacząca grupa pozostaje w stanie wyczekiwania z powodu niepewności gospodarczej. Wśród firm, które nie planują inwestycji, dominują ograniczenia finansowe, koncentracja na bieżącym funkcjonowaniu oraz ostrożność wobec zmiennych warunków rynkowych.

Ogólny obraz strategii rozwojowych rzemiosła wskazuje na sektor stabilny, ostrożny i silnie zakorzeniony w tradycyjnych modelach działania. Rozwój odbywa się przede wszystkim poprzez modernizację wyposażenia i podnoszenie kompetencji, natomiast rzadziej poprzez działania strategiczne, współpracę zewnętrzną czy cyfryzację. Sektor wykazuje potencjał wzrostu, ale jego pełne wykorzystanie wymagałoby wsparcia informacyjnego, uproszczenia procedur oraz wzmocnienia kompetencji w zakresie planowania i zarządzania rozwojem.

3.4 ZASOBY LUDZKIE I ETOS RZEMIEŚLNICZY

Struktura zatrudnienia w badanych firmach rzemieślniczych pokazuje wyraźną dominację najmniejszych podmiotów. **Największą grupę stanowią przedsiębiorstwa zatrudniające jedną osobę (21,8%)**, co jest charakterystyczne dla mikrofirm prowadzonych przez właściciela z minimalnym wsparciem kadrowym. Kolejne duże grupy to firmy **trzyosobowe (12,7%)**, **dwuosobowe (11,7%)** oraz **pięcioosobowe (9,5%)**. Warto również odnotować, że **9,3%** przedsiębiorstw nie zatrudnia żadnych pracowników poza właścicielem.

Firmy zatrudniające **10 lub więcej pracowników** stanowią niewielki odsetek próby (**4%**). Obecność pojedynczych większych firm wskazuje, że choć rzemiosło jest sektorem zdominowanym przez mikroprzedsiębiorstwa, to w jego strukturze funkcjonują również podmioty o znacznie większej skali, często wyspecjalizowane i działające w segmentach wymagających większych zespołów.

Ogólny obraz zatrudnienia potwierdza, że sektor rzemieślniczy opiera się przede wszystkim na **mikro- i małych firmach**, w których pracuje od 1 do 5 osób. Jednocześnie niewielka, ale istotna grupa większych przedsiębiorstw wskazuje na zróżnicowanie potencjału organizacyjnego w obrębie branż rzemieślniczych.

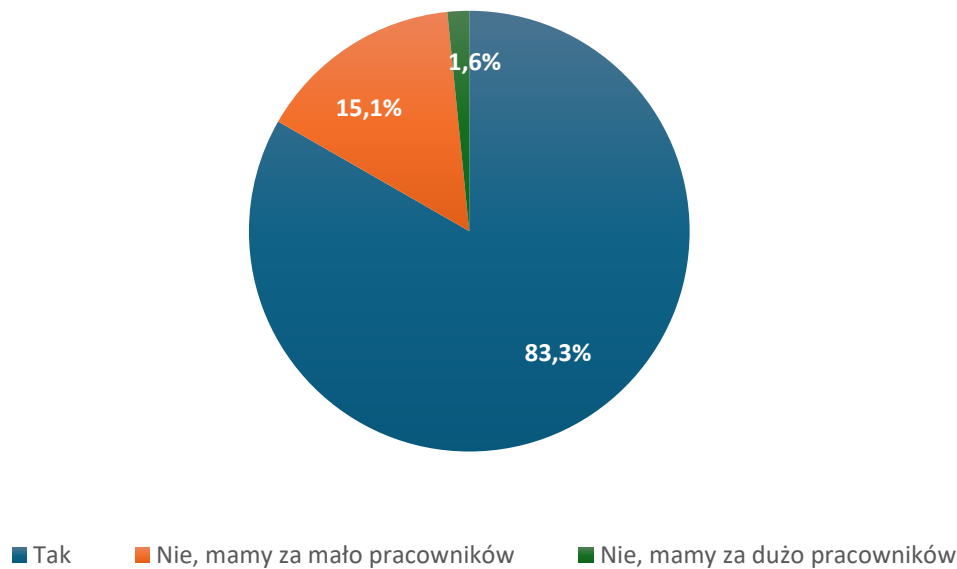
Zdecydowana większość przedsiębiorców ocenia, że obecna liczba pracowników w ich firmie jest wystarczająca. **Aż 83,3%** respondentów wskazuje odpowiedź „tak”, co oznacza, że ich zasoby kadrowe odpowiadają bieżącym potrzebom operacyjnym. Wynik ten potwierdza, że rzemiosło funkcjonuje w modelu stabilnych, niewielkich zespołów, w których liczba pracowników jest ściśle dopasowana do skali działalności.

Jednocześnie **15,1%** przedsiębiorców deklaruje, że **mają zbyt mało pracowników**. To sygnał, że część firm doświadcza niedoborów kadrowych, które mogą ograniczać ich możliwości rozwojowe, zdolność do przyjmowania większej liczby zleceń lub utrzymania terminowości usług. Problem ten może być szczególnie widoczny w branżach wymagających specjalistycznych kwalifikacji lub pracy fizycznej.

Niewielki odsetek — **1,6%** — wskazuje, że **mają zbyt wielu pracowników**. To marginalna grupa, która może reprezentować firmy po okresie spadku popytu, reorganizacji lub sezonowych wahań zapotrzebowania na pracę.

Ogólny obraz pokazuje, że sektor rzemieślniczy charakteryzuje się **wysoką stabilnością zatrudnienia**, a większość firm funkcjonuje w strukturach kadrowych dobrze dopasowanych do ich potrzeb. Jednocześnie istotna grupa przedsiębiorstw sygnalizuje niedobory pracowników, co może wskazywać na trudności rekrutacyjne lub rosnące zapotrzebowanie na pracę w wybranych branżach.

Wykres 34. Czy liczba pracowników w Państwa firmie odpowiada Państwa potrzebom?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

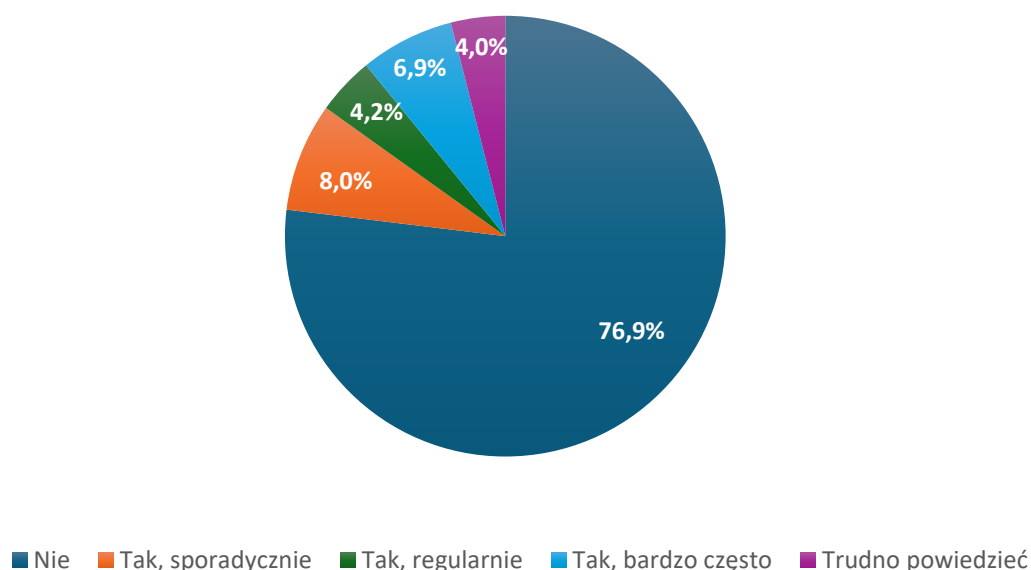
Zdecydowana większość przedsiębiorców deklaruje, że **nie ma trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników**. Odpowiedź „nie” wskazało **76,9%** badanych, co potwierdza, że w wielu branżach rzemieślniczych rekrutacja odbywa się w oparciu o lokalne sieci kontaktów, polecenia oraz stabilną bazę kandydatów. Wynik ten jest spójny z wcześniejszymi deklaracjami o adekwatnej liczbie pracowników w firmach.

Jednocześnie część przedsiębiorców sygnalizuje pewne problemy rekrutacyjne, choć mają one różną intensywność. **8,0%** firm doświadcza trudności **sporadycznie**, a **4,2%** — **regularnie**. Dodatkowo **6,9%** przedsiębiorców deklaruje, że trudności pojawiają się **bardzo często**, co wskazuje na wyraźne problemy kadrowe w wybranych branżach lub specjalizacjach wymagających wysokich kwalifikacji.

Niewielki odsetek — **4,0%** — odpowiada „trudno powiedzieć”, co może oznaczać brak doświadczeń rekrutacyjnych w ostatnim czasie lub funkcjonowanie w modelu, w którym pracownicy pozyskiwani są wyłącznie poprzez polecenia i kontakty osobiste.

Ogólny obraz wskazuje, że choć sektor rzemieślniczy **nie doświadcza powszechnego kryzysu kadrowego**, to w części firm występują trudności związane z pozyskaniem pracowników o odpowiednich kwalifikacjach. Problemy te mają jednak charakter punktowy, a nie systemowy.

Wykres 35. Czy mają Państwo trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

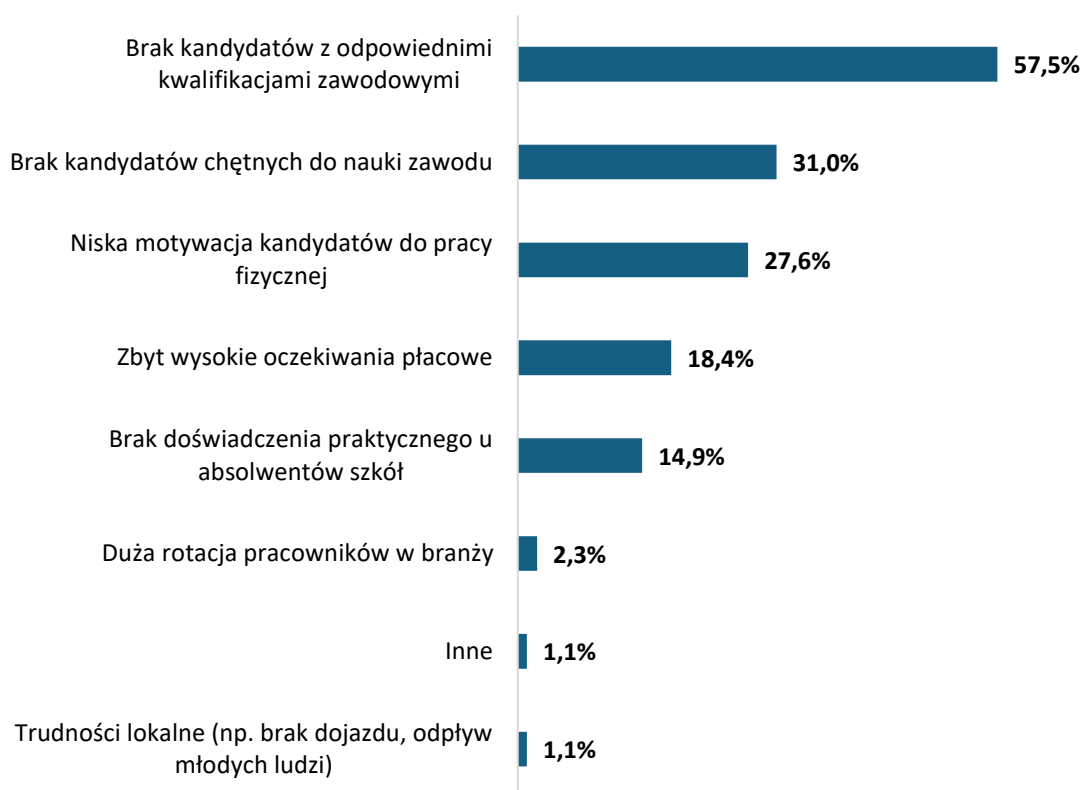
Najczęściej wskazywaną przyczyną jest **brak kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami zawodowymi** (57,5%). Wynik ten potwierdza obserwacje z wywiadów, w których rzemieślnicy podkreślają, że absolwenci szkół branżowych często nie posiadają podstawowych umiejętności praktycznych i wymagają nauki „od zera”. Drugim najczęściej wskazywanym problemem jest **brak chętnych do nauki zawodu** (31,0%), co odzwierciedla niską atrakcyjność pracy fizycznej oraz długi proces kształcenia w oczach młodych.

Na trzecim miejscu znajduje się **niska motywacja kandydatów do pracy fizycznej** (27,6%). Wynik ten koresponduje z jakościowymi obserwacjami dotyczącymi „słomianego zapału”, braku wytrwałości i trudności z adaptacją do warunków pracy warsztatowej. **Zbyt wysokie oczekiwania płacowe** (18,4%) stanowią kolejną barierę — rzemieślnicy wskazują, że młodzi często oczekują wynagrodzeń nieadekwatnych do poziomu umiejętności.

Brak doświadczenia praktycznego u absolwentów szkół (14,9%) jest problemem powiązaniem z niedostosowaniem programów nauczania do realiów pracy. Rzemieślnicy podkreślają, że szkoły uczą na przestarzałym sprzęcie, a praktyki są zbyt krótkie, by przygotować ucznia do zawodu. Pozostałe przyczyny — **duża rotacja pracowników** (2,3%), **trudności lokalne** (1,1%) oraz **inne czynniki** (1,1%) — mają marginalne znaczenie.

Wyniki jednoznacznie wskazują, że trudności rekrutacyjne wynikają przede wszystkim z **niedopasowania kompetencyjnego** oraz **niskiej motywacji kandydatów**, a nie z czynników zewnętrznych. Potwierdza to potrzebę wzmocnienia systemu kształcenia zawodowego, wydłużenia praktyk oraz wsparcia rzemieślników w szkoleniu młodych pracowników.

Wykres 36. Proszę wskazać maksymalnie 3 główne przyczyny tych trudności



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=87

Wyniki jednoznacznie pokazują, że przedsiębiorcy najwyżej cenią **kompetencje zawodowe, etykę pracy oraz profesjonalizm osobisty**. W niemal wszystkich kategoriach dominują odpowiedzi „bardzo ważna” i „raczej ważna”, co potwierdza, że oczekiwania wobec rzemieślników są wysokie i wielowymiarowe.

Najwyżej oceniane są cechy związane z **uczciwością, precyzją i kulturą pracy**.

- **Uczciwość i rzetelność** uznano za bardzo ważne przez **74,5%** badanych, a za raczej ważne przez kolejne **24,2%**.
- **Precyzja i dbałość o szczegóły** są bardzo ważne dla **73,2%**, a raczej ważne dla **25,5%**.
- **Kultura osobista i profesjonalizm** również znajdują się w czołówce — **72,2%** wskazań „bardzo ważna” i **25,7%** „raczej ważna”.

Wysoko oceniane są także cechy związane z odpowiedzialnością i samodzielnością.

- **Odpowiedzialność za efekt pracy** jest bardzo ważna dla **60,2%**, a raczej ważna dla **38,4%**.
- **Samodzielność w działaniu** — odpowiednio **54,4%** i **42,7%**.
- **Punktualność i terminowość** — **52,0%** i **46,7%**.

Wartości związane z rozwojem i tradycją również odgrywają istotną rolę.

- **Gotowość do nauki i rozwoju** jest bardzo ważna dla **62,6%**, a raczej ważna dla **35,5%**.
- **Szacunek dla tradycji zawodowej** — **44,6%** i **51,7%**.

Cechy miękkie, takie jak kreatywność czy praca zespołowa, są również wysoko cenione, choć z większym zróżnicowaniem odpowiedzi.

- **Kreatywność i pomysłowość** uznano za bardzo ważne w **46,4%**, a za raczej ważne w **36,1%** przypadków; **14,6%** ocenia je neutralnie.
- **Umiejętność pracy zespołowej** — **41,9%** „bardzo ważna”, **43,2%** „raczej ważna”, przy **10,9%** odpowiedzi neutralnych.
- **Cierpliwość i wytrwałość** również są wysoko cenione: **50,9%** wskazań „bardzo ważna” i **46,2%** „raczej ważna”.

W niemal wszystkich kategoriach odpowiedzi „raczej nieważna” i „zupełnie nieważna” praktycznie nie występują, co potwierdza, że rzemiosło jest sektorem o wysokich standardach etycznych, technicznych i interpersonalnych.

Tabela 18. Jakie cechy i wartości są dla Pana/Pani najważniejsze u rzemieślnika?

Kategoria/obszar wskazań	Bardzo ważna	Raczej ważna	Neutralna / umiarkowana	Raczej nieważna	Zupełnie nieważna
Precyzja i dbałość o szczegóły	73,2%	25,5%	1,3%	0%	0%
Uczciwość i rzetelność	74,5%	24,2%	1,3%	0%	0%
Samodzielność w działaniu	54,4%	42,7%	2,9%	0%	0%
Odpowiedzialność za efekt pracy	60,2%	38,4%	1,1%	0,3%	0%
Punktualność i terminowość	52,0%	46,7%	1,3%	0%	0%
Kreatywność i pomysłowość	46,4%	36,1%	14,6%	2,9%	0%
Umiejętność pracy zespołowej	41,9%	43,2%	10,9%	4,0%	0%
Gotowość do nauki i rozwoju	62,6%	35,5%	1,9%	0%	0%
Szacunek dla tradycji zawodowej	44,6%	51,7%	3,7%	0%	0%
Kultura osobista i profesjonalizm	72,2%	25,7%	2,1%	0%	0%
Cierpliwość i wytrwałość	50,9%	46,2%	2,9%	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Struktura zatrudnienia w sektorze rzemieślniczym potwierdza jego mikroprzedsiębiorczy charakter. Dominują firmy jednoosobowe oraz niewielkie zespoły liczące od dwóch do pięciu pracowników, co odzwierciedla tradycyjny model prowadzenia działalności opartej na osobistej pracy właściciela i bliskiej relacji z klientem. Jednocześnie niewielki, lecz istotny odsetek większych firm wskazuje na różnicowanie potencjału organizacyjnego w obrębie branż rzemieślniczych.

Większość przedsiębiorców ocenia, że liczba pracowników w ich firmie jest wystarczająca, co potwierdza stabilność zatrudnienia i dopasowanie zasobów kadrowych do skali działalności. Jednocześnie część firm sygnalizuje niedobory kadrowe, które mogą ograniczać ich możliwości rozwojowe. Mimo to sektor nie doświadcza powszechnego kryzysu rekrutacyjnego — trudności w pozyskaniu pracowników mają charakter punktowy i dotyczą głównie branż wymagających wysokich kwalifikacji lub pracy fizycznej.

Wśród przyczyn trudności rekrutacyjnych najczęściej wskazywane są: brak kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami, niska motywacja do pracy fizycznej, zbyt wysokie oczekiwania płacowe oraz brak doświadczenia

praktycznego u absolwentów szkół. Problemy te wskazują na rosnącą lukę kompetencyjną oraz wyzwania związane z przygotowaniem młodych osób do pracy w zawodach rzemieślniczych.

Analiza wartości i cech cenionych przez przedsiębiorców pokazuje, że etos rzemieślniczy pozostaje fundamentem funkcjonowania sektora. Najwyżej oceniane są uczciwość, rzetelność, precyzja, dbałość o szczegóły, kultura osobista i odpowiedzialność za efekt pracy. Rzemieślnicy oczekują również samodzielności, punktualności oraz gotowości do nauki i rozwoju. Wysoko cenione są także cechy miękkie, takie jak kreatywność, praca zespołowa czy cierpliwość. Odpowiedzi „nieważne” praktycznie nie występują, co potwierdza, że sektor opiera się na wysokich standardach etycznych, technicznych i interpersonalnych.

Ogólny obraz zasobów ludzkich i etosu rzemieślniczego wskazuje na sektor stabilny, silnie zakorzeniony w tradycji, oparty na niewielkich zespołach i wysokich wymaganiach wobec jakości pracy. Jednocześnie widoczne są wyzwania związane z pozyskiwaniem wykwalifikowanych pracowników oraz przygotowaniem młodych osób do pracy w zawodach rzemieślniczych, co może wpływać na przyszłą dostępność kadr i tempo rozwoju branż.

3.5 ROZPOZNANIE POTRZEB W ZAKRESIE WSPARCIA PUBLICZNEGO

Preferencje przedsiębiorców dotyczące wsparcia ze strony instytucji publicznych koncentrują się przede wszystkim na obszarach związanych z **kadrami, doradztwem oraz modernizacją technologiczną**. Najczęściej wskazywaną formą pomocy są **dopłaty do wynagrodzeń uczniów i młodych pracowników**, które uzyskały **40,1%** wskazań. Wynik ten potwierdza, że rzemiosło widzi w młodych pracownikach potencjał rozwojowy, ale jednocześnie dostrzega wysokie koszty ich zatrudnienia i szkolenia.

Drugą najczęściej oczekiwaną formą wsparcia jest **bezpłatne doradztwo prawne, podatkowe lub technologiczne (34,2%)**. Przedsiębiorcy sygnalizują potrzebę dostępu do specjalistycznej wiedzy, która pozwalałaby im sprawniej poruszać się w złożonych regulacjach oraz podejmować trafniejsze decyzje inwestycyjne i organizacyjne.

Na trzecim miejscu znajdują się **bezpośrednie dotacje na modernizację parku maszynowego (29,4%)**. Wynik ten jest spójny z wcześniejszymi deklaracjami dotyczącymi planów inwestycyjnych — rzemiosło potrzebuje wsparcia w unowocześnianiu wyposażenia, co często wiąże się z wysokimi kosztami.

Kolejne dwie formy wsparcia mają zbliżony poziom wskazań:

- **preferencyjne pożyczki na rozwój działalności – 23,6%,**
- **wsparcie w marketingu i promocji lokalnych produktów rzemieślniczych – 23,3%.**

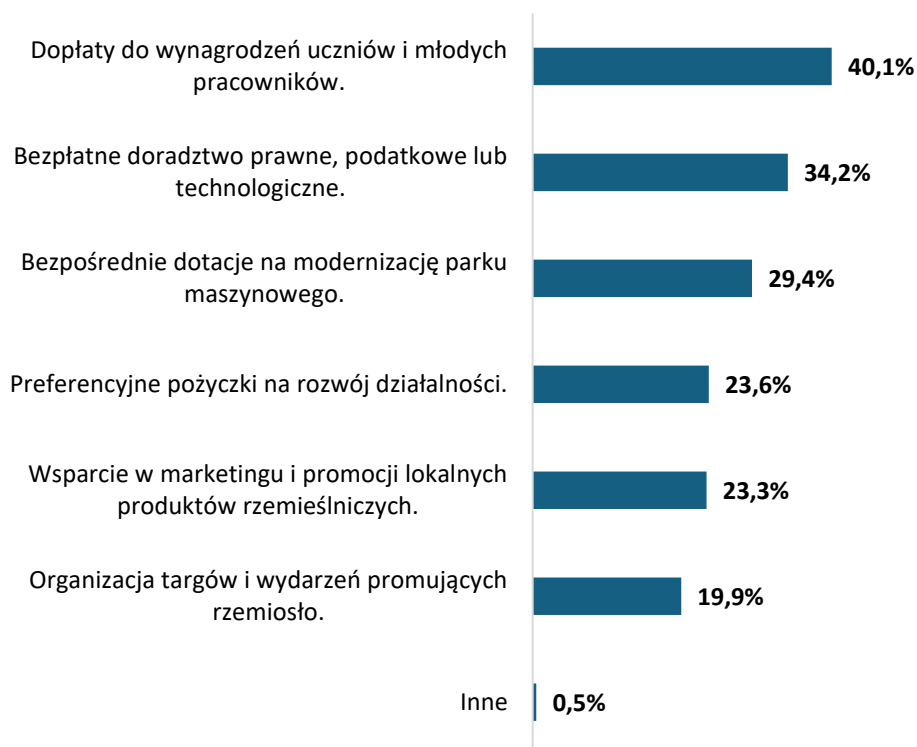
Pierwsza z nich odpowiada na potrzebę zwiększenia dostępności kapitału, druga — na rosnące znaczenie widoczności rynkowej i budowania marki, szczególnie w kontekście lokalnych produktów i usług.

Organizacja targów i wydarzeń promujących rzemiosło została wskazana przez **19,9%** przedsiębiorców. To forma wsparcia, która wzmacnia relacje z klientami, buduje rozpoznawalność i umożliwia prezentację oferty w bezpośrednim kontakcie.

Odpowiedzi zaklasyfikowane jako **inne** pojawiają się marginalnie (**0,5%**), co potwierdza, że katalog potrzeb jest stosunkowo spójny i dobrze zdefiniowany.

Ogólny obraz pokazuje, że przedsiębiorcy oczekują przede wszystkim **wsparcia kadrowego, doradczego i inwestycyjnego**, a w dalszej kolejności działań promocyjnych i ułatwiających dostęp do kapitału. Wskazuje to na potrzebę kompleksowej polityki publicznej, która łączyłaby rozwój kompetencji, modernizację technologiczną i wzmocnienie pozycji rzemiosła na rynku.

Wykres 37. Jakie formy wsparcia ze strony instytucji publicznych byłyby najbardziej przydatne dla Pana/Pani firmy w ciągu najbliższych 2-3 lat?



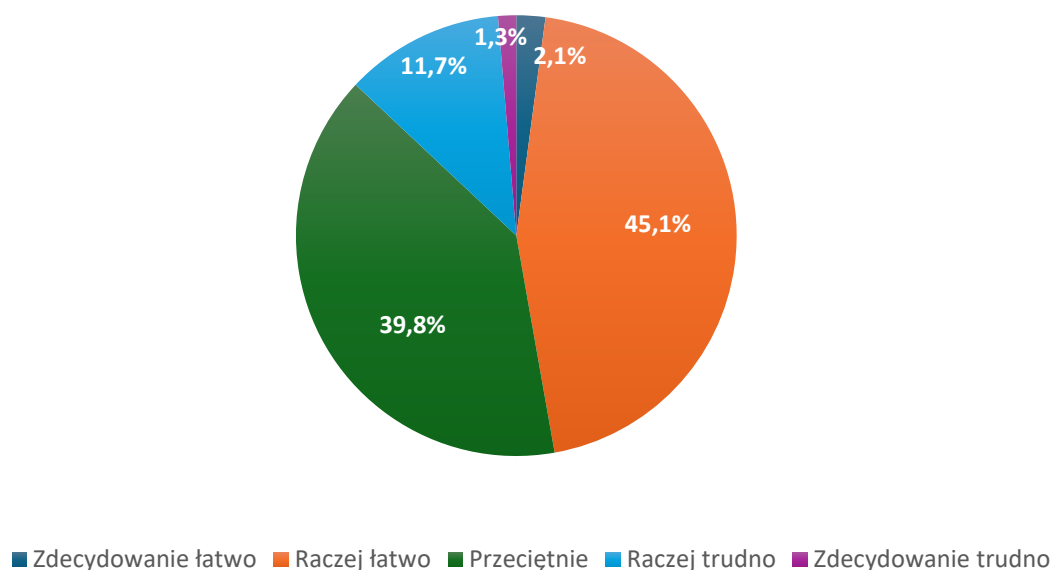
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Rzemieślnicy z województwa świętokrzyskiego w większości oceniają dostęp do informacji o programach wsparcia jako umiarkowanie dobry. Jedynie **2,1%** respondentów wskazuje, że informacje są **zdecydowanie łatwe do pozyskania**, co oznacza, że pełna przejrzystość systemu informacyjnego jest doświadczeniem marginalnym.

Największa grupa badanych — **45,1%** — ocenia dostęp do informacji jako **raczej łatwy**, co sugeruje, że większość rzemieślników jest w stanie dotrzeć do potrzebnych danych, choć wymaga to pewnego nakładu czasu i samodzielnego wyszukiwania. Kolejne **39,8%** respondentów określa dostępność informacji jako **przeciętną**, co wskazuje na neutralne doświadczenia, bez wyraźnych barier, ale też bez szczególnych ułatwień.

Trudności w pozyskaniu informacji deklaruje **11,7%** badanych, którzy oceniają proces jako **raczej trudny**, natomiast **1,3%** wskazuje na **zdecydowanie trudny** dostęp. Wyniki te potwierdzają, że dla części rzemieślników system informacyjny pozostaje nie w pełni czytelny lub wymaga dodatkowego wsparcia.

Wykres 38. Jak ocenia Pan/Pani łatwość pozyskania informacji o dostępnych programach wsparcia dla rzemieślników w województwie świętokrzyskim?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Analiza potrzeb rzemieślników w zakresie wsparcia publicznego pokazuje sektor, który funkcjonuje w dużej mierze tradycyjnie, ale jednocześnie dostrzega rosnącą potrzebę modernizacji, profesjonalizacji i stabilizacji warunków działania. Najczęściej oczekiwaną formą pomocy są dopłaty do wynagrodzeń uczniów i młodych pracowników, co potwierdza, że rzemiosło widzi w młodych osobach potencjał rozwojowy, lecz jednocześnie odczuwa wysokie koszty ich zatrudnienia i szkolenia. Wysoko plasuje się także zapotrzebowanie na bezpłatne doradztwo prawne, podatkowe i technologiczne, które mogłoby ułatwić funkcjonowanie firm w złożonym otoczeniu regulacyjnym.

Istotnym obszarem potrzeb są również dotacje inwestycyjne na modernizację parku maszynowego, co jest spójne z deklaracjami dotyczącymi planów inwestycyjnych i wskazuje na rosnącą świadomość konieczności unowocześniania działalności. Rzemieślnicy oczekują także preferencyjnych pożyczek oraz wsparcia w marketingu i promocji lokalnych produktów, co odzwierciedla potrzebę zwiększenia widoczności rynkowej i dostępności kapitału. Jednocześnie w większości oceniają dostęp do informacji o programach wsparcia jako umiarkowanie dobry.

Ogólny obraz potrzeb rzemiosła wskazuje na sektor, który oczekuje przede wszystkim wsparcia kadrowego, doradczego i inwestycyjnego, a w dalszej kolejności działań promocyjnych i ułatwiających dostęp do kapitału. Jednocześnie niski poziom wdrażania technologii pokazuje, że bez zewnętrznego wsparcia modernizacja sektora będzie przebiegać wolno. Wyniki te podkreślają konieczność prowadzenia polityki publicznej, która łączyłaby rozwój kompetencji, modernizację technologiczną oraz wzmacnianie pozycji rzemiosła na rynku.

3.6 WYKORZYSTANIE NOWOCZESNYCH ROZWIĄZAŃ TECHNOLOGICZNYCH

Zdecydowana większość przedsiębiorców deklaruje, że w ciągu ostatnich dwóch lat w ich zakładach wdrożono nowoczesne technologie wspierające działalność rzemieślniczą. Najczęściej są to **nowoczesne maszyny sterowane cyfrowo**, takie jak CNC czy plotery — wskazało je **67,1%** respondentów. Wynik ten potwierdza, że modernizacja parku maszynowego jest kluczowym kierunkiem rozwoju sektora, a automatyzacja i precyzyjne technologie obróbki stają się standardem w wielu branżach.

Drugą najczęściej wdrażaną kategorią są **specjalistyczne programy do projektowania**, np. CAD, które wskazało **18,8%** przedsiębiorców. Oprogramowanie tego typu wspiera procesy projektowe, umożliwia precyzyjne przygotowanie zleceń i zwiększa efektywność pracy.

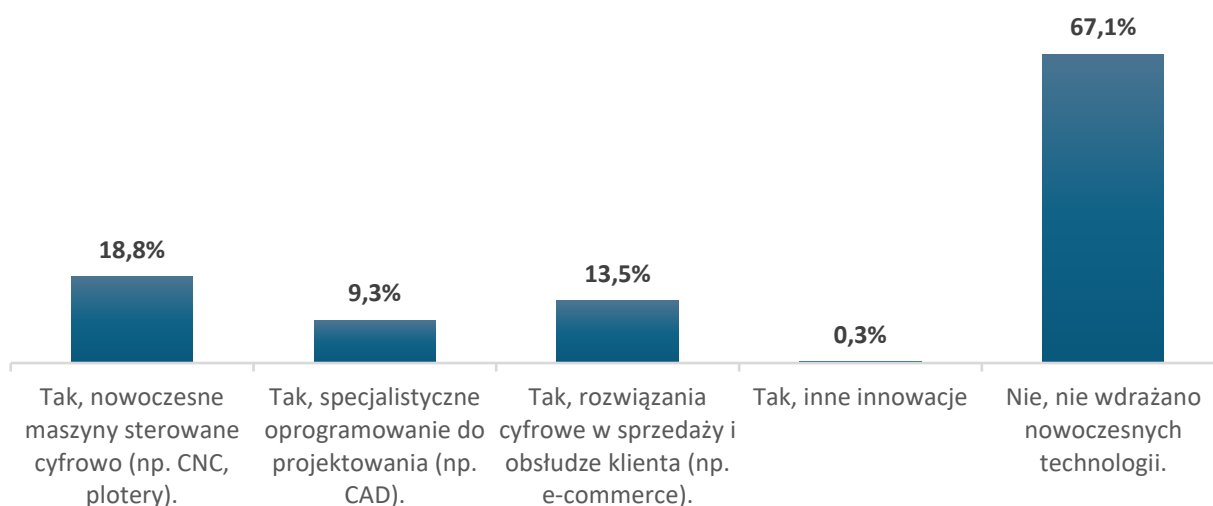
Rozwiązania cyfrowe w sprzedaży i obsłudze klienta, takie jak e-commerce czy systemy rezerwacji online, wdrożyło **9,3%** firm. Choć to mniejszy odsetek, pokazuje on rosnącą świadomość znaczenia cyfrowej obecności i automatyzacji kontaktu z klientem.

Inne innowacje wskazało **13,5%** przedsiębiorców. Mogą one obejmować m.in. systemy zarządzania produkcją, technologie materiałowe, narzędzia do digitalizacji dokumentacji czy rozwiązania poprawiające ergonomię pracy.

Jedynie **0,3%** badanych deklaruje, że **nie wdrożono żadnych nowoczesnych technologii**. To marginalna grupa, co potwierdza, że sektor rzemieślniczy jest w fazie intensywnej modernizacji, a innowacje — zarówno sprzętowe, jak i cyfrowe — stają się nieodłącznym elementem prowadzenia działalności.

Ogólny obraz wskazuje, że rzemiosło w województwie świętokrzyskim dynamicznie się unowocześnia, a inwestycje technologiczne są jednym z głównych kierunków rozwoju firm.

Wykres 39. Czy w ciągu ostatnich 2 lat w Pana/Pani zakładzie wdrożono nowoczesne technologie wspomagające rzemiosło?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wśród przedsiębiorców, którzy nie inwestują szerzej w nowoczesne rozwiązania technologiczne, zdecydowanie dominuje czynnik finansowy. **Ponad połowa badanych (51,0%)** wskazuje, że **zbyt wysoki koszt zakupu i wdrożenia** jest główną barierą. Wynik ten potwierdza, że modernizacja technologiczna — szczególnie w sektorach wymagających specjalistycznych maszyn — jest postrzegana jako inwestycja kosztowna i trudna do udźwignięcia dla mikro- i małych firm.

Na drugim miejscu znajdują się dwie bariery o identycznym poziomie wskazań:

- **specyfika branży wymagająca głównie pracy ręcznej – 19,0%**,
- **brak pracowników o odpowiednich kompetencjach technicznych – 19,0%**.

Pierwsza z nich pokazuje, że część zawodów rzemieślniczych opiera się na manualnych umiejętnościach, których nie da się łatwo zastąpić automatyzacją. Druga wskazuje na niedobór kadr zdolnych obsługiwać nowoczesne technologie — co jest spójne z wcześniejszymi wynikami dotyczącymi trudności rekrutacyjnych.

Znacznie rzadziej wskazywane są bariery organizacyjne i mentalne.

- **Brak czasu na zapoznanie się z nowymi technologiami** deklaruje **6,3%** przedsiębiorców, co sugeruje, że część firm nie ma przestrzeni operacyjnej na analizę i wdrażanie innowacji.
- **Brak przekonania o opłacalności inwestycji** wskazuje **4,7%** badanych — to niewielka grupa, która postrzega technologie jako ryzykowne lub nieadekwatne do skali działalności.

Ogólny obraz pokazuje, że główną barierą modernizacji technologicznej w rzemiośle są **koszty inwestycji**, a w dalszej kolejności **specyfika pracy ręcznej** oraz **niedobór kompetencji technicznych**. Bariery organizacyjne i mentalne mają znaczenie marginalne, co sugeruje, że przy odpowiednim wsparciu finansowym i szkoleniowym sektor mógłby modernizować się znacznie szybciej.

Wykres 40. Co jest głównym powodem, dla którego Pana/Pani firma nie inwestuje w nowoczesne rozwiązania technologiczne w szerszym zakresie?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=124

Deklaracje przedsiębiorców dotyczące planów automatyzacji procesów w najbliższych 1–2 latach są zróżnicowane, choć widoczna jest umiarkowana skłonność do inwestycji. **Największa grupa respondentów (35,5%)** wskazuje, że **raczej planuje** zakup urządzeń automatyzujących pracę. To sygnał, że część firm dostrzega potrzebę zwiększenia efektywności i obciążenia pracowników w zadaniach powtarzalnych lub czasochłonnych.

Jednocześnie **2,9%** przedsiębiorców deklaruje, że **zdecydowanie planuje** takie inwestycje. Choć to niewielki odsetek, reprezentuje firmy najbardziej zorientowane na rozwój technologiczny i modernizację procesów.

Po stronie sceptycznej znajdują się dwie grupy:

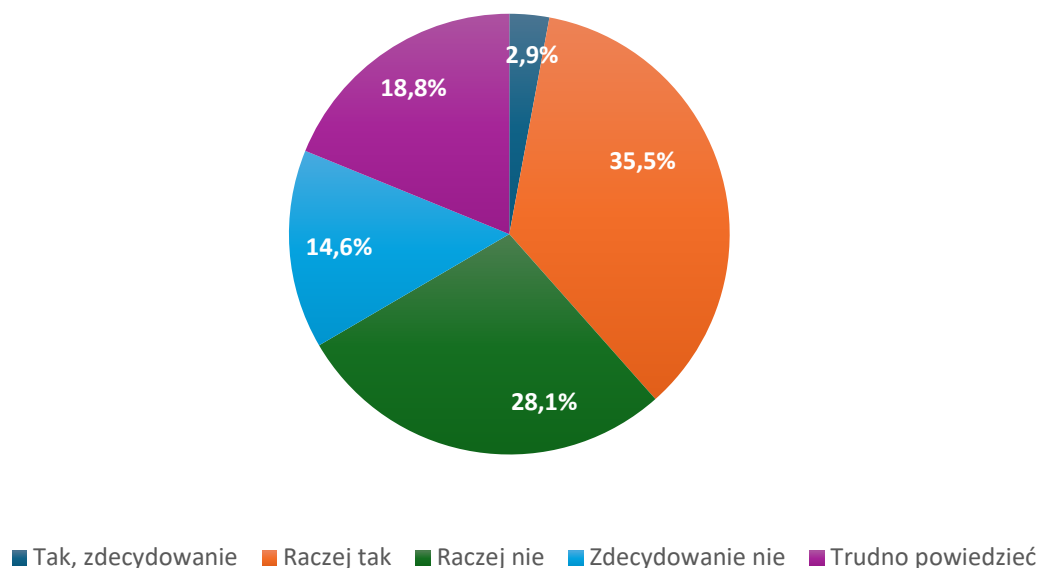
- **28,1%** badanych **raczej nie** planuje automatyzacji,
- **14,6%** **zdecydowanie nie** zamierza inwestować w urządzenia automatyzujące.

Łącznie ponad 42% przedsiębiorców nie przewiduje takich działań, co może wynikać z barier finansowych, specyfiki pracy ręcznej lub braku potrzeby technologicznego unowocześnienia — co jest spójne z wynikami dotyczącymi barier inwestycyjnych z Wykresu 40.

Istotna jest również grupa niezdecydowanych — **18,8%** respondentów odpowiada „trudno powiedzieć”. To przedsiębiorcy, którzy nie wykluczają automatyzacji, ale nie podjęli jeszcze decyzji, często z powodu niepewności finansowej, braku wiedzy o dostępnych rozwiązaniach lub konieczności obserwacji sytuacji rynkowej.

Ogólny obraz wskazuje, że sektor rzemieślniczy znajduje się w fazie **ostrożnego rozważania automatyzacji**. Część firm widzi w niej szansę na rozwój, ale równie duża grupa pozostaje sceptyczna lub niepewna, co sugeruje potrzebę wsparcia informacyjnego, doradczego i finansowego w obszarze technologii.

Wykres 41. Czy planuje Pan/Pani w najbliższej przyszłości (1-2 lata) zakup urządzeń, które zautomatyzują procesy dotychczas wykonywane wyłącznie ręcznie?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Wyniki badania pokazują, że sektor rzemieślniczy w województwie świętokrzyskim znajduje się w fazie modernizacji technologicznej, choć tempo i zakres wdrażanych rozwiązań są zróżnicowane. Zdecydowana większość przedsiębiorców deklaruje, że w ostatnich dwóch latach wprowadziła nowoczesne technologie wspierające działalność — przede wszystkim maszyny sterowane cyfrowo (CNC, plotery), które wskazało aż 67,1% firm. Modernizacja parku maszynowego staje się więc jednym z głównych kierunków rozwoju, szczególnie w branżach technicznych i produkcyjnych.

Drugim obszarem innowacji są specjalistyczne programy projektowe (CAD), wykorzystywane przez 18,8% przedsiębiorców. Wskazuje to na rosnącą rolę cyfrowych narzędzi wspierających precyzję, planowanie i przygotowanie zleceń. Rozwiązania cyfrowe w sprzedaży i obsłudze klienta — takie jak e-commerce czy systemy rezerwacji online — wdrożyło 9,3% firm, co potwierdza, że cyfryzacja kontaktu z klientem rozwija się, choć nadal nie jest standardem w rzemiośle.

Inne innowacje, obejmujące m.in. systemy zarządzania produkcją czy narzędzia do digitalizacji dokumentacji, wskazało 13,5% przedsiębiorców. Jedynie marginalna grupa (0,3%) deklaruje brak jakichkolwiek wdrożeń, co potwierdza, że modernizacja technologiczna obejmuje niemal cały sektor.

Jednocześnie badanie ujawnia istotne bariery ograniczające tempo wdrażania nowych technologii. Najważniejszą z nich są koszty inwestycji, wskazywane przez ponad połowę przedsiębiorców. Wysokie ceny

maszyn, oprogramowania i wdrożeń stanowią kluczową przeszkodę dla mikro- i małych firm. Kolejne bariery to specyfika pracy ręcznej (19,0%) oraz brak pracowników o odpowiednich kompetencjach technicznych (19,0%), co potwierdza, że nie wszystkie procesy da się zautomatyzować, a jednocześnie brakuje kadr zdolnych obsługiwać nowoczesne technologie.

Bariery organizacyjne i mentalne — takie jak brak czasu na zapoznanie się z technologiami czy brak przekonania o opłacalności inwestycji — mają znaczenie marginalne. Oznacza to, że rzemieślnicy są otwarci na innowacje, ale potrzebują wsparcia finansowego i kompetencyjnego, aby móc je wdrażać.

Plany automatyzacji na najbliższe 1–2 lata są zróżnicowane. Część firm (35,5%) raczej planuje zakup urządzeń automatyzujących pracę, a 2,9% deklaruje takie plany zdecydowanie. Jednocześnie ponad 42% przedsiębiorców nie przewiduje inwestycji w automatyzację, co wynika głównie z barier finansowych, specyfiki pracy ręcznej lub braku potrzeby technologicznego unowocześnienia. Znacząca grupa (18,8%) pozostaje niezdecydowana, co wskazuje na potrzebę lepszego dostępu do informacji, doradztwa i przykładów dobrych praktyk.

Ogólny obraz pokazuje sektor, który modernizuje się, ale nierównomiernie. Najbardziej zaawansowane technologicznie są branże techniczne i produkcyjne, natomiast pozostałe potrzebują wsparcia finansowego, szkoleniowego i informacyjnego, aby przyspieszyć proces cyfryzacji i automatyzacji. Wyniki podkreślają konieczność prowadzenia polityki publicznej wspierającej inwestycje technologiczne, rozwój kompetencji technicznych oraz dostęp do nowoczesnych narzędzi pracy.

3.7 OCENA ZAANGAŻOWANIA PODMIOTÓW RZEMIEŚLNICZYCH W KSZTAŁCENIE MŁODOCIANYCH

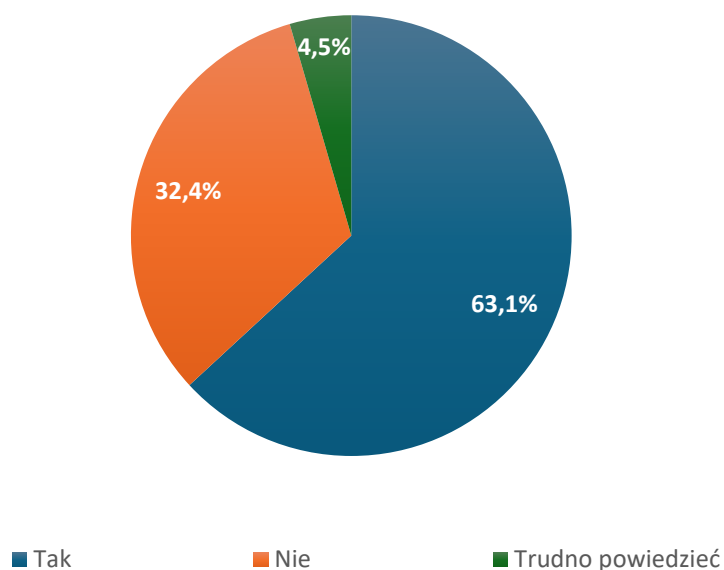
Większość przedsiębiorców deklaruje, że aktywnie **przekazuje wiedzę, umiejętności oraz tradycje zawodowe młodszymi pokoleniom**. Odpowiedź „tak” wskazało **63,1%** badanych, co potwierdza silne zakorzenienie rzemiosła w modelu mistrz–uczeń oraz znaczenie międzypokoleniowego transferu kompetencji. Wynik ten pokazuje, że rzemiosło pełni nie tylko funkcję gospodarczą, lecz także kulturową i edukacyjną.

Jednocześnie **32,4%** respondentów deklaruje, że **nie przekazuje** wiedzy i tradycji. Może to wynikać z braku uczniów, ograniczeń organizacyjnych, specyfiki działalności lub braku zainteresowania młodych osób wejściem do zawodu. Wynik ten jest spójny z wcześniejszymi obserwacjami dotyczącymi trudności w pozyskiwaniu kandydatów chętnych do nauki rzemiosła.

Niewielki odsetek — **4,5%** — odpowiada „trudno powiedzieć”. To przedsiębiorcy, którzy nie mają stałego modelu współpracy z młodszymi osobami lub przekazują wiedzę okazjonalnie, w sposób niesformalizowany.

Ogólny obraz wskazuje, że rzemiosło w województwie świętokrzyskim w dużej mierze opiera się na **ciągłości pokoleniowej**, ale jednocześnie istnieje znacząca grupa firm, które nie uczestniczą w procesie kształcenia następców — co może mieć konsekwencje dla przyszłej dostępności wykwalifikowanych pracowników.

Wykres 42. Czy przekazujecie Państwo wiedzę i umiejętności, tradycje lub techniki charakterystyczne dla profilu Państwa działalności młodszemu pokoleniu?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Wśród przedsiębiorców, którzy przekazują wiedzę i umiejętności młodszemu pokoleniu, zdecydowanie dominuje **praktyczny model kształcenia**. Aż **90,3%** respondentów wskazuje, że robi to poprzez **prowadzenie praktyk zawodowych lub staży**. Wynik ten potwierdza, że rzemiosło wciąż opiera się na bezpośrednim uczeniu zawodu „przy warsztacie”, w realnych warunkach pracy.

Drugim najczęściej stosowanym sposobem jest **zatrudnianie uczniów lub młodocianych pracowników**, co zadeklarowało **52,5%** firm. To model formalny, ściśle powiązany z systemem szkolnictwa branżowego, który umożliwia młodym osobom zdobywanie kwalifikacji w ramach przygotowania zawodowego.

Znacznie rzadziej przedsiębiorcy korzystają z metod bardziej zorganizowanych lub rozbudowanych.

- **Szkolenia wewnętrzne lub mentoring** stosuje **22,7%** firm — to forma przekazywania wiedzy, która wymaga większych zasobów organizacyjnych i kompetencyjnych.
- **Współpracę ze szkołami branżowymi lub technikami** deklaruje **13,0%** respondentów, co wskazuje, że formalne partnerstwa edukacyjne są mniej powszechne niż indywidualne praktyki.

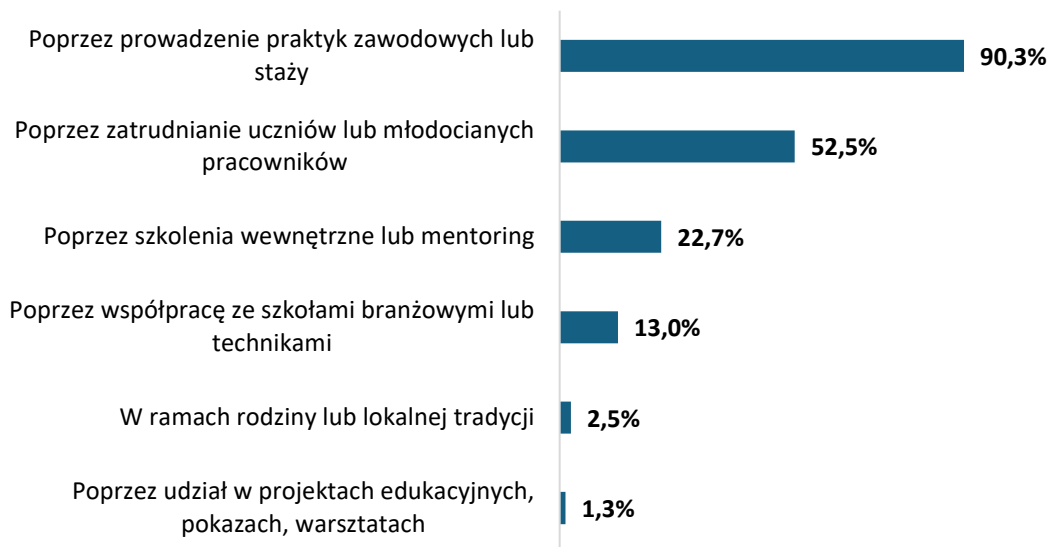
Najrzadziej wskazywane są formy nieformalne i okazjonalne:

- **przekazywanie wiedzy w ramach rodziny lub lokalnej tradycji** – **2,5%**,
- **udział w projektach edukacyjnych, pokazach i warsztatach** – **1,3%**.

Choć występują, mają charakter uzupełniający i dotyczą niewielkiej grupy przedsiębiorców.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiosło w województwie świętokrzyskim przekazuje wiedzę przede wszystkim poprzez **praktyczną naukę zawodu**, a w mniejszym stopniu poprzez współpracę instytucjonalną czy działania edukacyjne o szerszym zasięgu. To model silnie zakorzeniony w tradycji, ale jednocześnie wymagający wsparcia, aby sprostać wyzwaniom związanym z niedoborem młodych kandydatów do nauki zawodu.

Wykres 43. Jeśli „Tak”, to w jaki sposób?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=238

Wśród przedsiębiorców, którzy nie przekazują wiedzy, umiejętności ani tradycji zawodowych młodszymi pokoleniom, najczęściej wskazywaną barierą jest **brak kontaktu z młodszymi osobami**. Odpowiedź tę wybrało **46,7%** badanych, co sugeruje, że wiele firm funkcjonuje w środowisku, w którym naturalne relacje międzypokoleniowe są ograniczone — zarówno w kontekście rodzinnym, jak i lokalnym.

Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną jest **brak chętnych do nauki zawodu**, co deklaruje **33,6%** przedsiębiorców. Wynik ten potwierdza obserwowany w całym sektorze problem niskiego zainteresowania młodych osób tradycyjnymi zawodami rzemieślniczymi, wymagającymi czasu, zaangażowania i systematycznej nauki.

Na trzecim miejscu znajduje się bariera organizacyjna: **brak czasu lub zasobów, by szkolić innych**, wskazywany przez **26,2%** firm. To sygnał, że część przedsiębiorców nie ma możliwości operacyjnych, aby prowadzić proces kształcenia — szczególnie w mikrofirmach, gdzie właściciel wykonuje większość zadań samodzielnie.

Kolejne bariery mają charakter bardziej strategiczny lub systemowy:

- **brak potrzeby przekazywania wiedzy w obecnym modelu działalności** – 15,6%,
- **brak współpracy ze szkołami lub instytucjami edukacyjnymi** – 14,8%.

Wskazuje to, że część firm nie widzi roli edukacyjnej w swojej działalności lub nie ma dostępu do instytucjonalnych form współpracy.

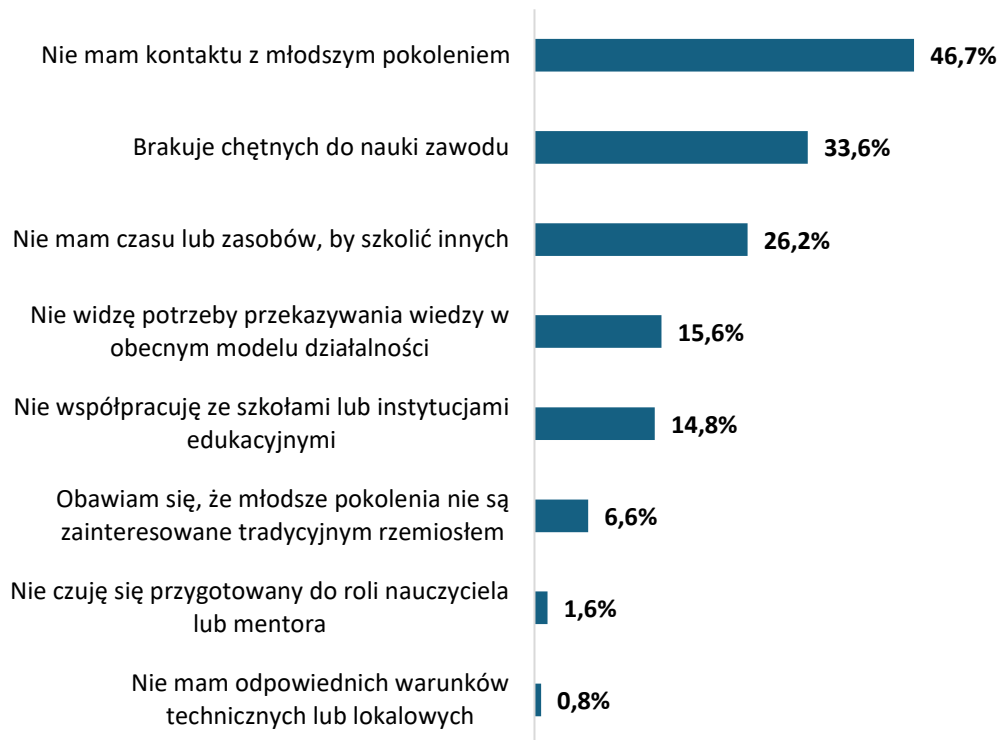
Rzadziej pojawiają się bariery związane z postawami i kompetencjami:

- **obawa, że młodsze pokolenia nie są zainteresowane rzemiosłem** – 6,6%,
- **brak przygotowania do roli nauczyciela lub mentora** – 1,6%.

Najrzadziej wskazywaną przeszkodą są **niewystarczające warunki techniczne lub lokalowe (0,8%)**, co sugeruje, że infrastruktura nie jest kluczowym ograniczeniem.

Ogólny obraz pokazuje, że brak przekazywania wiedzy wynika przede wszystkim z **braku kontaktu z młodymi ludźmi, niskiego zainteresowania nauką zawodu oraz ograniczeń czasowych i organizacyjnych**. Bariery mentalne i infrastrukturalne mają znaczenie marginalne.

Wykres 44. Jeśli „Nie”, to w jaki sposób?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=122

Współpraca rzemieślników ze szkołami branżowymi jest oceniana w zdecydowanej większości pozytywnie. **Największa grupa przedsiębiorców (64,5%)** wskazuje, że współpraca przebiega **raczej dobrze**, co sugeruje, że system praktyk zawodowych funkcjonuje stabilnie, a komunikacja między szkołami a zakładami pracy jest na ogół sprawna.

Dodatkowo **8,5%** respondentów ocenia współpracę **bardzo dobrze**. To przedsiębiorcy, którzy najprawdopodobniej mają regularny kontakt ze szkołami, przyjmują uczniów na praktyki i korzystają z ustalonych procedur wymiany informacji. Łącznie ponad 73% badanych postrzega współpracę pozytywnie, co jest mocnym sygnałem, że szkolnictwo branżowe i rzemiosło tworzą relację opartą na wzajemnym zaufaniu i doświadczeniu.

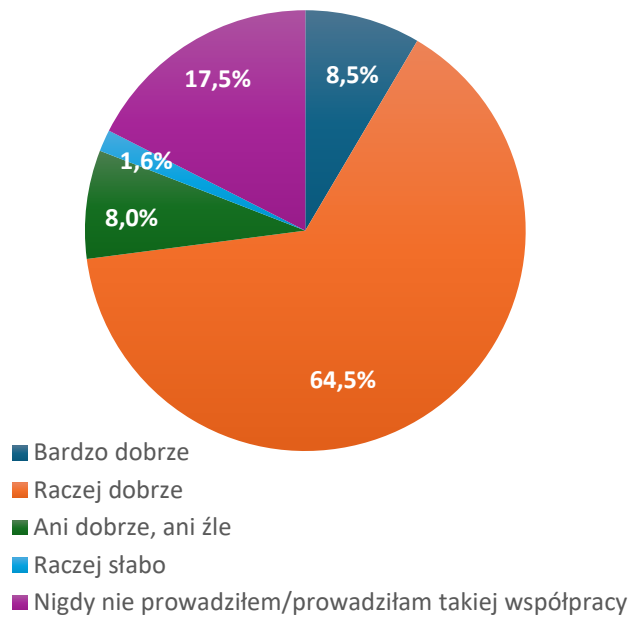
Neutralnie — **ani dobrze, ani źle** — ocenia współpracę **8,0%** przedsiębiorców. To grupa, która prawdopodobnie ma sporadyczne kontakty ze szkołami lub doświadczenia niejednoznaczne, bez wyraźnych korzyści, ale też bez istotnych problemów.

Niewielki odsetek — **1,6%** — ocenia współpracę **raczej słabo**, co może wynikać z trudności organizacyjnych, braku przepływu informacji lub niewystarczającego przygotowania uczniów.

Warto zwrócić uwagę na znaczącą grupę przedsiębiorców, którzy **nigdy nie współpracowali ze szkołami branżowymi** — to **17,5%** badanych. Wynik ten pokazuje, że choć system praktyk jest powszechny, to nie obejmuje wszystkich firm. Przyczyną może być specyfika działalności, brak zapotrzebowania na uczniów, ograniczenia lokalowe lub brak inicjatywy ze strony szkół.

Ogólny obraz wskazuje, że współpraca rzemiosła ze szkolnictwem branżowym jest **w większości pozytywna i funkcjonalna**, choć istnieje grupa firm pozostających poza tym systemem. To ważna informacja dla instytucji edukacyjnych i samorządowych, które mogą wzmacniać partnerstwa i zachęcać do szerszego udziału przedsiębiorców w kształceniu zawodowym.

Wykres 45. Jak ocenia Pan/Pani współpracę ze szkołami branżowymi w zakresie organizacji praktyk i przepływu informacji o uczniach?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim pozostaje silnie zakorzenione w tradycyjnym modelu mistrz–uczeń, co potwierdza fakt, że 63,1% przedsiębiorców aktywnie przekazuje wiedzę i umiejętności młodszymi pokoleniom. Przekazywanie kompetencji odbywa się przede wszystkim poprzez praktyczną naukę zawodu, która pozostaje fundamentem kształcenia rzemieślniczego. Najczęściej stosowaną formą są praktyki zawodowe i staże (90,3%), a następnie zatrudnianie uczniów lub młodocianych pracowników (52,5%). Znacznie rzadziej wykorzystywane są szkolenia wewnętrzne, mentoring czy współpraca ze szkołami branżowymi, co wskazuje, że proces kształcenia ma głównie charakter indywidualny i warsztatowy.

Jednocześnie 32,4% firm nie przekazuje wiedzy młodszym osobom, a główną barierą jest brak kontaktu z młodymi ludźmi (46,7%) oraz brak chętnych do nauki zawodu (33,6%). Wskazuje to na strukturalne wyzwania związane z malejącym zainteresowaniem zawodami rzemieślniczymi oraz ograniczoną liczbą kandydatów. Dodatkowo część przedsiębiorców sygnalizuje brak czasu lub zasobów organizacyjnych (26,2%), co jest typowe dla mikrofirm, w których właściciel wykonuje większość zadań samodzielnie. Bariery mentalne i infrastrukturalne mają marginalne znaczenie.

Ocena współpracy ze szkołami branżowymi jest w zdecydowanej większości pozytywna. Ponad 73% przedsiębiorców ocenia ją dobrze lub bardzo dobrze, co potwierdza, że system praktyk zawodowych funkcjonuje stabilnie, a komunikacja między szkołami a zakładami pracy jest na ogół sprawna. Jednocześnie 17,5% firm nigdy nie współpracowało ze szkołami, co wskazuje na istnienie grupy podmiotów pozostających poza systemem kształcenia dualnego — często z powodu specyfiki działalności lub braku zapotrzebowania na uczniów.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiosło pełni ważną rolę edukacyjną i kulturową, a międzypokoleniowy transfer wiedzy jest jednym z jego kluczowych filarów. Jednocześnie sektor mierzy się z wyzwaniami związanymi z malejącą liczbą kandydatów do nauki zawodu oraz ograniczeniami organizacyjnymi, które mogą wpływać na przyszłą dostępność wykwalifikowanych pracowników. Współpraca ze szkołami jest oceniana pozytywnie, ale nie obejmuje wszystkich firm, co wskazuje na potencjał do dalszego wzmocnienia partnerstw edukacyjnych.

3.8 OCENA EFEKTYWNOŚCI KSZTAŁCENIA MŁODOCIANYCH Z PERSPEKTYWY RZEMIEŚLNIKÓW

Oceny przedsiębiorców dotyczące motywacji i zaangażowania uczniów trafiających do zakładów rzemieślniczych są zróżnicowane, choć dominują postawy umiarkowanie pozytywne. **Największa grupa badanych (36,6%)** ocenia poziom motywacji uczniów jako **raczej wysoki**, co sugeruje, że wielu młodych ludzi wykazuje chęć nauki i zaangażowanie w wykonywane zadania.

Kolejne **32,9%** respondentów wskazuje ocenę **przeciętną**, co oznacza, że motywacja uczniów jest postrzegana jako stabilna, ale nie wyróżniająca się. To grupa, która najprawdopodobniej wymaga dodatkowego wsparcia, nadzoru lub motywowania, aby w pełni wykorzystać swój potencjał.

Jednocześnie znacząca część przedsiębiorców dostrzega problemy z zaangażowaniem uczniów.

- **17,8%** ocenia motywację jako **raczej niską**,
- **4,0%** — jako **bardzo niską**.

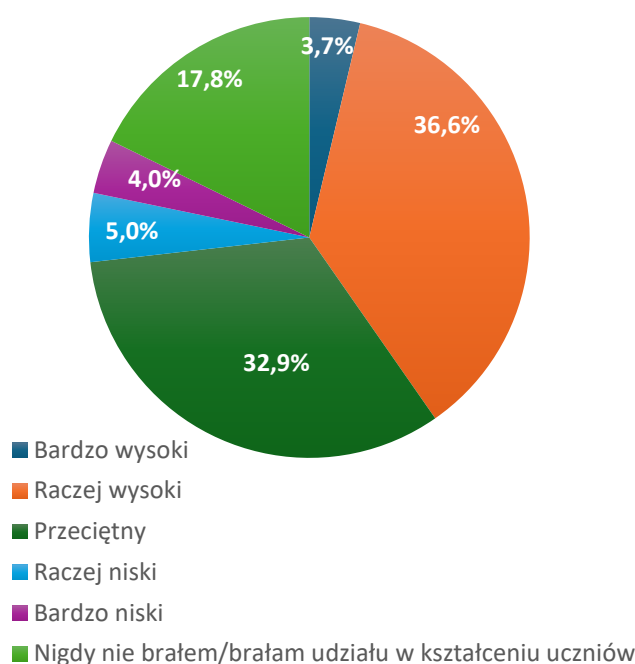
Łącznie ponad 21% wskazań negatywnych pokazuje, że część uczniów nie jest odpowiednio przygotowana do nauki zawodu lub nie wykazuje wystarczającej determinacji, co może wpływać na jakość współpracy i efektywność procesu kształcenia.

Niewielki odsetek — **5,0%** — ocenia motywację uczniów jako **bardzo wysoką**, co wskazuje na obecność jednostek szczególnie zaangażowanych i zmotywowanych, choć nie jest to zjawisko powszechne.

Warto również odnotować, że **3,7%** przedsiębiorców **nigdy nie uczestniczyło w kształceniu uczniów**, co jest spójne z wcześniejszymi wynikami dotyczącymi braku współpracy ze szkołami branżowymi.

Ogólny obraz pokazuje, że choć większość uczniów prezentuje **umiarkowanie pozytywny poziom motywacji**, to jednocześnie widoczna jest grupa młodych osób, które mają trudności z zaangażowaniem w naukę zawodu. Wyniki te potwierdzają potrzebę wzmacniania współpracy szkół z pracodawcami oraz rozwijania kompetencji miękkich i motywacyjnych wśród uczniów.

Wykres 46. Jak ocenia Pan/Pani poziom motywacji i zaangażowania uczniów trafiających do Pana/Pani zakładu na naukę zawodu?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Większość przedsiębiorców ocenia, że program nauczania w szkołach branżowych jest **co najmniej częściowo dostosowany** do realiów współczesnego rzemiosła. **Największa grupa respondentów (69,0%)** wskazuje odpowiedź „**raczej tak**”, co sugeruje, że szkoły zapewniają podstawy niezbędne do pracy w zawodzie, choć programy mogą wymagać dalszej aktualizacji i większego powiązania z praktyką.

Dodatkowo **5,0%** przedsiębiorców ocenia dostosowanie programu jako „**zdecydowanie tak**”, co oznacza, że część zakładów postrzega szkolnictwo branżowe jako dobrze odpowiadające na potrzeby nowoczesnych warsztatów — zwłaszcza tam, gdzie współpraca ze szkołami jest regularna i oparta na bieżącej wymianie informacji.

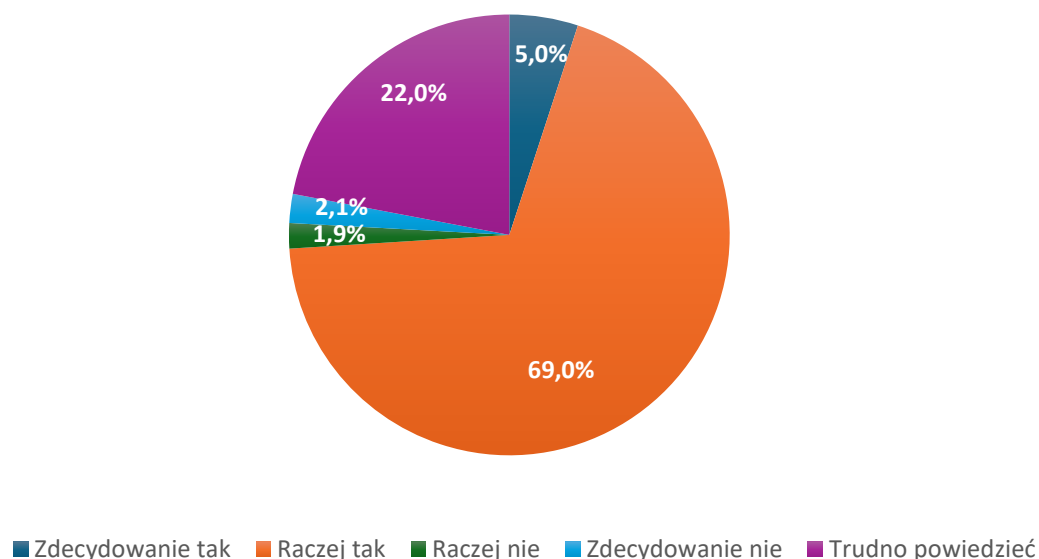
Niewielki odsetek badanych wyraża opinie negatywne: **1,9%** wskazuje „**raczej nie**”, **2,1%** — „**zdecydowanie nie**”.

Choć to niewielka grupa, sygnalizuje ona, że w części branż programy szkolne mogą być postrzegane jako przestarzałe, zbyt teoretyczne lub niedostosowane do wymagań technologicznych współczesnego rzemiosła.

Warto zwrócić uwagę na znaczący odsetek odpowiedzi „**trudno powiedzieć**” — **22,0%**. To przedsiębiorcy, którzy nie mają wystarczającej wiedzy o programach nauczania lub nie współpracują ze szkołami na tyle blisko, by ocenić ich aktualność. Wynik ten jest spójny z wcześniejszymi danymi dotyczącymi braku współpracy części firm ze szkolnictwem branżowym.

Ogólny obraz wskazuje, że programy szkół branżowych są **w większości oceniane pozytywnie**, ale jednocześnie istnieje przestrzeń do ich dalszego unowocześniania — szczególnie w zakresie technologii, praktyki zawodowej i lepszego powiązania z realnymi potrzebami warsztatów rzemieślniczych.

Wykres 47. Czy Pana/Pani zdaniem obecny program nauczania w szkołach branżowych jest dostosowany do rzeczywistych potrzeb nowoczesnego warsztatu rzemieślniczego?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Przedsiębiorcy, którzy ocenili program nauczania szkół branżowych negatywnie, zwracają uwagę przede wszystkim na jego **niedostosowanie do realiów współczesnego warsztatu rzemieślniczego**. W ich opinii program jest zbyt teoretyczny, przestarzały i nie odpowiada na potrzeby rynku. Najczęściej podkreślają, że w

szkołach brakuje zajęć praktycznych, a uczniowie trafiają do zakładów z bardzo ograniczoną wiedzą i bez przygotowania do pracy. Wielu respondentów wskazuje wprost, że „brakuje zajęć praktycznych”, „powinno być więcej zajęć praktycznych”, a uczniowie „znają tylko teorię i nie są przygotowani do praktyki”.

Drugim powtarzającym się wątkiem jest **brak aktualizacji treści nauczania**. Przedsiębiorcy zauważają, że „technika idzie do przodu, a w szkołach są stare zasady”, a uczniowie uczą się „starych rzeczy, starych aut”, co sprawia, że program „nie jest dostosowany do rynku”. Wskazują również, że to, co znajduje się w podręcznikach, często nie ma wiele wspólnego z rzeczywistą budową urządzeń czy sposobem naprawy współczesnych pojazdów.

Część respondentów zwraca uwagę na **niewłaściwe proporcje między teorią ogólną a przedmiotami zawodowymi**. Ich zdaniem „jest za mało przedmiotów zawodowych”, a uczniowie muszą w krótkim czasie przyswoić materiał, który powinien być rozłożony na znacznie dłuższy okres.

W wypowiedziach pojawia się również **krytyka dotycząca poziomu przygotowania uczniów**. Przedsiębiorcy podkreślają, że młodzi ludzie przychodzą „z małą wiedzą i małą chęcią do pracy”, a podstawy, które powinni wynieść ze szkoły, są przerzucane na pracodawców. Niektórzy wskazują wręcz, że szkoły „nie uczą tego zawodu” lub że to, czego uczą, „nie ma nic wspólnego” z realną pracą w warsztacie.

Wszystkie te głosy składają się na spójny obraz: program nauczania jest postrzegany jako zbyt mało praktyczny, przestarzały i niewystarczająco przygotowujący uczniów do pracy w nowoczesnym rzemiośle. Przedsiębiorcy oczekują większej liczby zajęć praktycznych, aktualizacji treści oraz bliższego powiązania edukacji z rzeczywistymi potrzebami rynku.

Oceny przedsiębiorców dotyczące tego, jaki odsetek uczniów pozostaje w zawodzie po zakończeniu nauki i zdaniu egzaminu czeladniczego, są mocno zróżnicowane, a jednocześnie obarczone dużą niepewnością. Największa grupa respondentów — **31,0%** — deklaruje, że **nie ma wiedzy na ten temat**, co pokazuje, że wielu pracodawców nie śledzi dalszych losów uczniów lub nie utrzymuje z nimi kontaktu po zakończeniu praktyk.

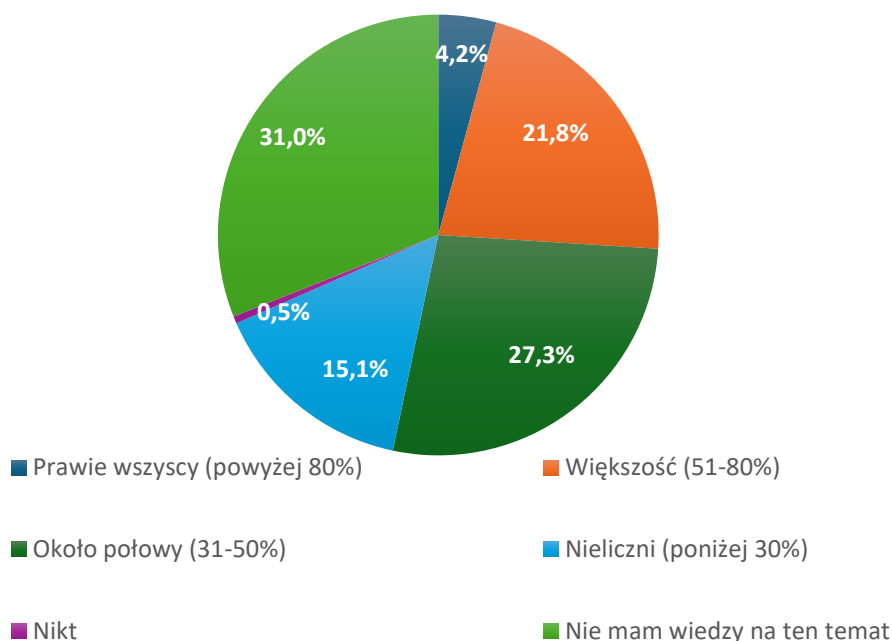
Wśród osób, które potrafią ocenić dalsze losy uczniów, najczęściej pojawia się przekonanie, że w zawodzie pozostaje **około połowy** młodych ludzi. Taką odpowiedź wskazało **27,3%** badanych. Kolejne **21,8%** uważa, że w branży zostaje **większość uczniów (51–80%)**, co sugeruje, że w części zakładów praktyki są skuteczną ścieżką wejścia do zawodu.

Znacznie rzadziej pojawiają się oceny skrajne. **15,1%** przedsiębiorców twierdzi, że w zawodzie pozostaje jedynie **nieliczna grupa (poniżej 30%)**, co może odzwierciedlać specyfikę branż o dużej rotacji lub niskiej atrakcyjności dla młodych osób. Z kolei tylko **0,5%** respondentów uważa, że w zawodzie zostaje **prawie każdy uczeń (powyżej 80%)**.

Warto odnotować, że **4,2%** przedsiębiorców deklaruje, iż **nikt** z uczniów nie kontynuuje pracy w zawodzie po zakończeniu nauki. To sygnał, że w części przypadków praktyki nie prowadzą do trwałego związania młodych osób z rzemiosłem — czy to z powodu niskiej motywacji, czy braku perspektyw rozwojowych.

Ogólny obraz wskazuje, że choć część uczniów rzeczywiście wiąże swoją przyszłość z rzemiosłem, to skala tego zjawiska jest bardzo zróżnicowana i zależy zarówno od branży, jak i jakości współpracy między szkołami a zakładami. Jednocześnie duży odsetek odpowiedzi „nie mam wiedzy” pokazuje, że system monitorowania losów absolwentów praktycznie nie funkcjonuje, co utrudnia ocenę efektywności kształcenia zawodowego.

Wykres 48. Jaki odsetek uczniów – według Pana/Pani obserwacji – po zakończeniu nauki zawodu i zdaniu egzaminu czeladniczego pozostaje w zawodzie i kontynuuje pracę jako rzemieślnik?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, n=377

Podsumowanie rozdziału

Ocena efektywności kształcenia młodocianych w środowisku rzemieślniczym pokazuje obraz złożony, ale generalnie umiarkowanie pozytywny. Rzemieślnicy dostrzegają zaangażowanie wielu uczniów, choć jednocześnie wskazują na istotne wyzwania związane z motywacją, przygotowaniem i dopasowaniem programów szkolnych do realiów pracy.

Największa grupa przedsiębiorców ocenia motywację uczniów jako raczej wysoką (36,6%), a kolejne 32,9% jako przeciętną. Oznacza to, że większość młodych osób wykazuje przynajmniej podstawową gotowość do nauki zawodu, choć często wymaga dodatkowego wsparcia i nadzoru. Jednocześnie ponad 21% ocen negatywnych wskazuje, że część uczniów ma trudności z zaangażowaniem, co może wpływać na jakość procesu kształcenia. Niewielki odsetek przedsiębiorców (3,7%) nie ma doświadczeń w pracy z uczniami, co jest spójne z wcześniejszymi wynikami dotyczącymi braku współpracy ze szkołami.

Ocena programów nauczania szkół branżowych jest w większości pozytywna, choć umiarkowana. 69,0% przedsiębiorców uważa, że program jest raczej dostosowany do potrzeb nowoczesnego warsztatu, a 5,0% — że zdecydowanie tak. Jednocześnie 22,0% badanych nie potrafi ocenić programu, co wynika z braku kontaktu ze szkołami lub ograniczonej wiedzy o treściach nauczania. Negatywne opinie (ok. 4%) koncentrują się na trzech głównych problemach: zbyt małej liczbie zajęć praktycznych, przestarzałych treściach oraz niewystarczającym przygotowaniu uczniów do pracy. Rzemieślnicy podkreślają, że uczniowie często „znają tylko teorię”, uczą się „starych rzeczy” i trafiają do zakładów z „małą wiedzą i małą chęcią do pracy”.

Oceny dotyczące tego, ilu uczniów pozostaje w zawodzie po zakończeniu nauki, są bardzo zróżnicowane i obarczone dużą niepewnością. Największa grupa przedsiębiorców (31,0%) deklaruje, że nie ma wiedzy na ten temat, co pokazuje, że system monitorowania losów absolwentów praktycznie nie funkcjonuje. Wśród osób, które potrafią ocenić dalsze losy uczniów, najczęściej pojawia się przekonanie, że w zawodzie pozostaje około

połowy młodych osób (27,3%), a 21,8% uważa, że większość (51–80%). Jednocześnie 15,1% twierdzi, że w zawodzie zostaje jedynie nieliczna grupa, a 4,2% — że nikt. Wyniki te wskazują, że efektywność kształcenia dualnego jest silnie zróżnicowana i zależy zarówno od branży, jak i jakości współpracy między szkołami a zakładami.

Ogólny obraz pokazuje, że rzemiosło pełni ważną rolę w kształceniu młodych osób, ale efektywność tego procesu jest ograniczana przez niedostosowanie programów szkolnych, zróżnicowany poziom motywacji uczniów oraz brak systemowego monitorowania ich dalszych losów. Jednocześnie pozytywne oceny współpracy ze szkołami i umiarkowanie pozytywne oceny motywacji uczniów wskazują na solidne fundamenty, które mogą być rozwijane poprzez modernizację programów, wzmocnienie praktycznej nauki zawodu oraz lepszą komunikację między szkołami a pracodawcami.

3.9 ANALIZA SEGMENTACYJNA

Zgodnie z zaleceniem Zamawiającego, do przeprowadzenia analizy segmentacyjnej (czyli podziału na względnie jednorodne grupy) wykorzystano zmienne charakteryzujące kondycję rynkową firm rzemieślniczych oraz opisane przez nich plany rozwojowe.

Oznacza to następujące pytania kwestionariuszowe:

1) Indeks oceny sytuacji rynkowej:

- a) Jak Pan/Pani ocenia obecną sytuację ekonomiczną swojej działalności?
- b) Proszę ocenić jakie zmiany zaszły w różnych obszarach Państwa działalności w ciągu ostatnich 12 miesięcy?
- c) Jak Pan/Pani ocenia perspektywy rozwoju swojej branży w najbliższych 3 latach?

2) Indeks oceny planów rozwojowych:

- a) Czy posiadają Państwo plan lub strategię rozwoju swojej działalności?
- b) Jakie działania podejmują Państwo, aby pozyskać nowych klientów? Proszę wskazać wszystkie działania, które są podejmowane.
- c) Czy korzystają Państwo z funduszy publicznych, dotacji lub programów wsparcia na rozwój działalności?
- d) Czy planują Państwo jakieś inwestycje (np. sprzęt, lokal, szkolenia) w ciągu najbliższego roku?

Aby możliwa była procedura indeksowania wskazanych zmiennych, w pierwszej kolejności konieczne było rekodowanie pierwotnych (zróżnicowanych) skal pomiarowych na wspólną dla wszystkich 6 zmiennych. Uwzględniając kierunek pytań, odpowiedzi „tak” oraz „pozytywne oceny” zostały zagregowane do wartości +1 (pozytywnie), odpowiedzi „nie” oraz „negatywne oceny” zostały zagregowane do wartości -1 (negatywnie), a sformułowaniom neutralnym i „trudno powiedzieć” przypisano wartość 0.

Indeks oceny kondycji rynkowej teoretycznie uzyskuje wartości w przedziale $\langle -10; 10 \rangle$, ponieważ jest sumą 10 ocen, z których każda może być negatywna ($-1 \times 10 = -10$) lub pozytywna ($1 \times 10 = 10$). Teoretyczna średnia to 0. W badaniu firm rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim indeks ten uzyskał następujący rozkład:

Tabela 19. Rozkład wyników indeksu oceny kondycji rynkowej firm rzemieślniczych

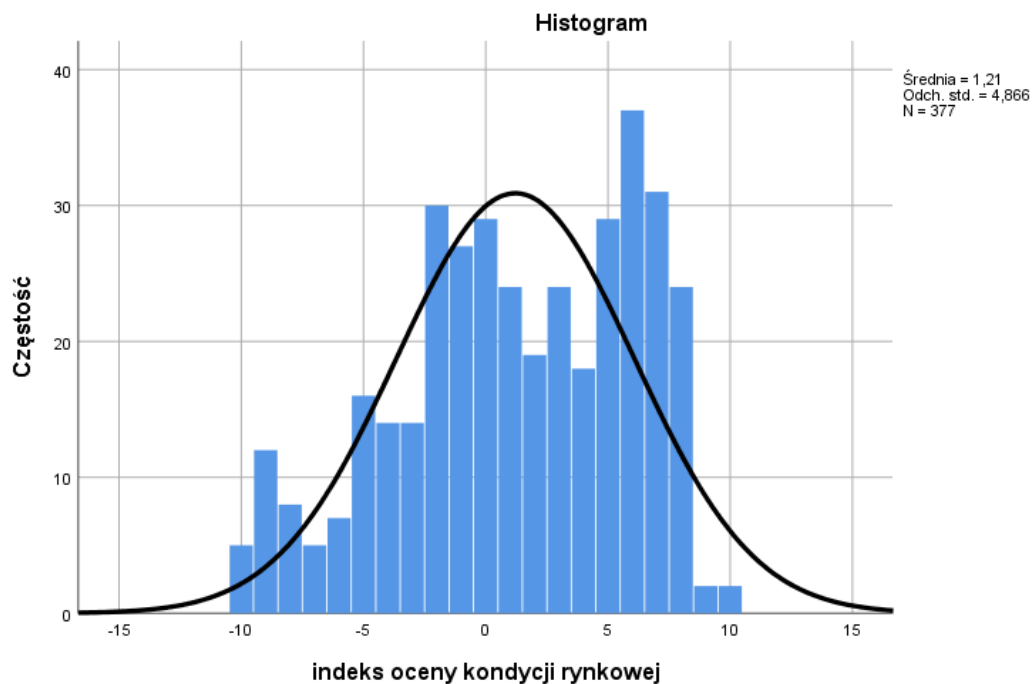
średnia	odchylenie standardowe	mediana	skośność	błąd standardowy skośności	kurtoza	błąd standardowy kurtozy
1,21	4,866	1,00	-0,409	0,126	-0,697	0,251

Źródło: Opracowanie własne.

Wyraźnie więc badani wykazywali się umiarkowanym optymizmem jeśli chodzi o ocenę kondycji rynkowej własnych firm rzemieślniczych. I to pomimo pesymistycznych ocen takich wymiarów, jak: zmiany kosztów

stałych (53,3% negatywnie), zmiany w kosztach materiałów i surowców (52% negatywnie), czy zmiany w kosztach pracy (50,4% negatywnie).

Ryc. 1. Histogram wraz z linią rozkładu normalnego dla indeksu oceny kondycji rynkowej firm rzemieślniczych



Źródło: Opracowanie własne.

66% badanych rzemieślników w ocenie kondycji rynkowej swoich firm mieściło się w przedziale $<-3,7;6,1>$ (wyraźne przesunięcie na prawo, czyli „optymistyczną” stronę skali), a 50% badanych oceniało tą kondycję na +1 lub więcej (mediana).

Indeks oceny planów rozwojowych teoretycznie uzyskuje wartości w przedziale $<-4;4>$, ponieważ jest sumą 4 deklaracji, z których każda może być negatywna ($-1 \times 4 = -4$) lub pozytywna ($1 \times 4 = 4$). Teoretycznie średnia to 0. W badaniu firm rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim indeks ten uzyskał następujący rozkład:

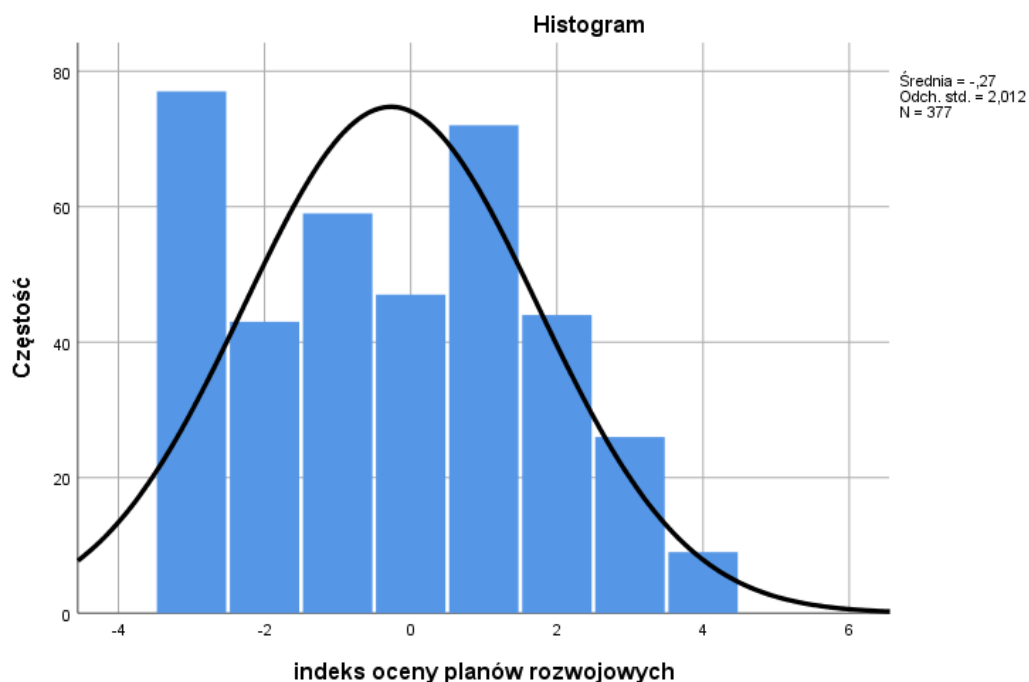
Tabela 20. Rozkład wyników indeksu oceny planów rozwojowych firm rzemieślniczych

średnia	odchylenie standardowe	mediana	skośność	błąd standardowy skośności	kurtoza	błąd standardowy kurtozy
-0,27	2,012	0,00	0,152	0,126	-1,046	0,251

Źródło: Opracowanie własne.

W praktyce oznacza to zauważalny pesymizm w przewidywaniu przyszłych planów rozwojowych firm rzemieślniczych. 66% badanych rzemieślników w ocenie kondycji rynkowej swoich firm mieściło się w przedziale $<-2,3;1,7>$ (wyraźne przesunięcie na lewo, czyli „pesymistyczną” stronę skali), a 50% badanych oceniało te plany maksymalnie na 0.

Ryc. 2. Histogram wraz z linią rozkładu normalnego dla indeksu oceny kondycji rynkowej firm rzemieślniczych



Źródło: Opracowanie własne.

Mimo, że w badaniu nie ujawniła się żadna firma rzemieślnicza, która wszystkie uwzględnione w indeksie oceny planów rozwojowych aspekty oceniała negatywnie (sumaryczny wynik -4 nie wystąpił), to aż 20,4% badanych uzyskało wynik -3 (dominanta).

Naturalnie rodzi się pytanie o ewentualną zależność pomiędzy oceną aktualnej kondycji rynkowej a planami rozwojowymi w firmach rzemieślniczych. Korelacja obu opracowanych indeksów prowadzi do wniosku, że **choć jest ona statystycznie istotna** (istotność testu χ^2 wynosi 0,000), **to w sumie co najwyżej umiarkowana** i ocena kondycji tłumaczy niecałe 5% zmienności planów rozwojowych (tau-b Kendalla = 0,217). **Choć rzemieślnicy w największym stopniu negatywnie oceniający swoją kondycję rynkową faktycznie nie planują żadnych działań rozwojowych, to podobna postawa zauważalna jest także wśród oceniających swoją kondycję co najmniej**

umiarkowanie dobrze. Ocena aktualnej kondycji nie jest silnym motywatorem do działań prorozwojowych dla firm rzemieślniczych z województwa świętokrzyskiego.

Sytuacja ta prowadzi do wniosku, że analiza skupień prowadzona metodą k-średnich powinna koncentrować się na dwóch skupieniach – modelowych „optymistach” (zarówno w obszarze oceny bieżącej sytuacji, jak i ambitnych planów rozwojowych) oraz modelowych „pesymistach” (źle oceniających swoją sytuację i nie planujących działań rozwojowych). W badaniu firmy rzemieślnicze reprezentowały wyłącznie mikro oraz małe przedsiębiorstwa (w sumie 100%), w zdecydowanej większości z sektora prywatnego (92,6%) i jako jednoosobowe działalności gospodarcze (86,7%) – nie ma więc sensu uwzględniać w analizowanych klasyfikacjach tych trzech zmiennych. Poniżej znajduje się zestawienie cech przypisanych do skorygowanych względem założeń skupień (odległość pomiędzy ostatecznymi centrami skupień wyniosła 2,436).

Tabela 21. Analiza skupień dla finalnych rzeczywistych centrów (po 4 iteracjach) metodą k-średnich

cztery iteracje p value = 0,000	umiarkowani optymiści (dobrze oceniający swoją kondycję rynkową oraz planujący działania rozwojowe)	ostrożni realiści (neutralnie oceniający swoją kondycję rynkową i raczej nie planujący działań rozwojowych)
wielkość miejscowości	<ul style="list-style-type: none"> • średnie (miasta do 100 tys. mieszkańców) 	<ul style="list-style-type: none"> • najmniejsze i największe (wieś oraz miasta powyżej 100 tys. mieszkańców)
zasięg działania	<ul style="list-style-type: none"> • regionalny 	<ul style="list-style-type: none"> • lokalny, ponadregionalny, ogólnopolski i międzynarodowy
główna branża działalności	<ul style="list-style-type: none"> • woda, ścieki, odpady • transport i magazynowanie • zakwaterowanie i gastronomia • profesjonalna, naukowa, techniczna • usługi administrowania • opieka zdrowotna • pozostała działalność usługowa 	<ul style="list-style-type: none"> • działalność twórcza • finanse i ubezpieczenia • handel (hurtowy, detaliczny, pojazdami) • budownictwo • przetwórstwo przemysłowe
działalność skupiona na	<ul style="list-style-type: none"> • branże budowlane i wykończeniowe • branże spożywcze • branże techniczne i mechaniczne 	<ul style="list-style-type: none"> • branże chemiczne i precyzyjne • branże odzieżowe i tekstylne • branże usługowe
główne źródło przychodu	<ul style="list-style-type: none"> • instytucje publiczne • duże przedsiębiorstwa • małe i średnie firmy 	<ul style="list-style-type: none"> • klienci indywidualni
główny kanał sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> • eksport tradycyjny • sprzedaż internetowa w kraju 	<ul style="list-style-type: none"> • eksport przez Internet • sprzedaż bezpośrednia w kraju • stacjonarnie (inne)

Źródło: Opracowanie własne.

Należy pamiętać, że zaproponowane skupienia są uśrednionymi wynikami i w każdej z analizowanych kategorii znajdowały się podmioty deklarujące biegunowo odmienne charakterystyki. Z powyższego zestawienia wyłania się zestaw czynników mających kluczowe znaczenie dla pozytywnej oceny kondycji rynkowej firmy rzemieślniczej w województwie świętokrzyskim – tym bardziej pozytywnej, im mniejsza konkurencja (średnie miejscowości) przy jednocześnie możliwie bezpiecznej skali działalności (regionalna), im większa współpraca z podmiotami gwarantującymi stabilność przepływów finansowych (sektor publiczny, sektor B2B) oraz większa skala wykorzystania nowoczesnych kanałów sprzedaży (Internet). Firmy rzemieślnicze mieszczące się w tej kategorii stosunkowo optymistycznie zapatrują się na dalszy rozwój i częściej deklarują podejmowanie w tym

zakresie działań. Jednocześnie współpraca o charakterze międzynarodowym, eksport – szczególnie do indywidualnych odbiorców – oznaczały większą niepewność (choćby ze względu na niestabilną sytuację międzynarodową, rozchwiane kursy walut i nieprzewidywalną politykę celną). W ogóle zależność od indywidualnego klienta (sektor B2C) charakteryzuje w danych większa niepewność i związana z tym ostrożność w formułowaniu planów rozwojowych.

W kolejnym kroku analizy oba wyabstrahowane typy przedstawicieli firm rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim zostały poddane analizie czynnikowej metodą Varimax z normalizacją Kaisera. Całkowita wyjaśniona wariancja (niemal 54,5%) dla zmiennej „ocena kondycji rynkowej” (wartość „optymiści”) została zaprezentowana w poniższej tabeli.

Tabela 22. Całkowita wyjaśniona wariancja dla obserwacji przypisanych do „optymistów”

Składowa	Początkowe wartości własne			Sumy kwadratów ładunków po wyodrębnieniu			Sumy kwadratów ładunków po rotacji		
	Ogółem	% wariancji	% skumulowany	Ogółem	% wariancji	% skumulowany	Ogółem	% wariancji	% skumulowany
1	1,919	23,993	23,993	1,919	23,993	23,993	1,891	23,642	23,642
2	1,292	16,149	40,142	1,292	16,149	40,142	1,291	16,137	39,779
3	1,143	14,283	54,425	1,143	14,283	54,425	1,172	14,646	54,425
4	,935	11,691	66,116						
5	,828	10,346	76,462						
6	,756	9,449	85,911						
7	,655	8,183	94,094						
8	,472	5,906	100,000						

Źródło: Opracowanie własne.

Macierz rotowanych czynników (zbieżność w 4 iteracjach) prezentuje się następująco:

Tabela 23. Macierz rotowanych składowych dla obserwacji przypisanych do „optymistów”

	Składowa		
	1	2	3
czy liczba pracowników odpowiada potrzebom firmy	,009	,704	,435
trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników	-,003	,807	-,198
łatwość pozyskania informacji o dostępnym wsparciu	,572	,323	-,194
plany na automatyzację	,561	,086	-,080
przekazywanie wiedzy i tradycji młodszemu pokoleniom	-,061	-,007	,834
ocena współpracy ze szkołami branżowymi w zakresie organizacji praktyk	,571	-,054	,421
ocena poziomu motywacji i zaangażowania uczniów	,684	-,007	,153
ocena dostosowania obecnego programu nauczania	,673	-,169	-,064

Źródło: Opracowanie własne.

Z powyższego wynika, że optymiści (jeśli chodzi o ocenę kondycji rynkowej swojej firmy rzemieślniczej):

- pozyskują informacje o dostępnym wsparciu dla biznesu, mają plany na automatyzację przynajmniej części swojej działalności oraz wysoko oceniają współpracę ze szkołami branżowymi w zakresie organizacji praktyk, poziom motywacji i zaangażowania uczniów oraz dostosowanie obecnego

programu nauczania do aktualnych wymogów rynku (czynnik współpracy z bezpośrednim otoczeniem);

- mają odpowiednią liczbę pracowników, ale też nie mają trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników (czynnik optymalnych zasobów kadrowych);
- chętnie przekazują wiedzę, tradycje lub techniki młodszemu pokoleniu (czynnik zaangażowania w rzemiosło).

Jeśli chodzi o podmioty deklarujące brak zainteresowania planami rozwojowymi, to całkowita wyjaśniona wariancja (niemal 64%) dla zmiennej „ocena planów rozwojowych” (wartość „negatywna”) została zaprezentowana w poniższej tabeli.

Tabela 24. Całkowita wyjaśniona wariancja dla obserwacji przypisanych do „negatywnej oceny”

Składowa	Początkowe wartości własne			Sumy kwadratów ładunków po wyodrębnieniu			Sumy kwadratów ładunków po rotacji		
	Ogółem	% wariacji	% skumulowany	Ogółem	% wariacji	% skumulowany	Ogółem	% wariacji	% skumulowany
1	2,490	31,124	31,124	2,490	31,124	31,124	2,341	29,265	29,265
2	1,398	17,469	48,593	1,398	17,469	48,593	1,476	18,449	47,714
3	1,223	15,284	63,877	1,223	15,284	63,877	1,293	16,164	63,877
4	,792	9,902	73,779						
5	,696	8,705	82,484						
6	,573	7,160	89,644						
7	,466	5,827	95,471						
8	,362	4,529	100,000						

Źródło: Opracowanie własne.

Macierz rotowanych czynników (zbieżność osiągnięta w 9 iteracjach) prezentuje się następująco:

Tabela 25. Macierz rotowanych składowych dla obserwacji przypisanych do „negatywnej oceny”

	Składowa		
	1	2	3
czy liczba pracowników odpowiada potrzebom firmy	-,598	,000	,496
trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników	-,082	,119	,854
łatwość pozyskania informacji o dostępnym wsparciu	,781	,120	,116
plany na automatyzację	,834	,109	-,156
przekazywanie wiedzy i tradycji młodszemu pokoleniu	-,538	,480	-,425
ocena współpracy ze szkołami branżowymi	,056	,782	-,011
ocena poziomu motywacji i zaangażowania uczniów	,564	,414	-,129
ocena dostosowania obecnego programu nauczania	,246	,650	,287

Źródło: Opracowanie własne.

Z powyższego wynika, że firmy rzemieślnicze negatywnie podchodzą do planów rozwojowych:

- posiadają odpowiednią liczbę pracowników, mają dostęp do informacji o potencjalnym wsparciu biznesu, ale nie planują automatyzacji nawet części swojej działalności, rzadziej przekazują wiedzę i

tradycje młodszymi pokoleniami niż nastawione na rozwój podmioty, choć stosunkowo dobrze oceniają poziom motywacji i zaangażowania uczniów (czynnik braku zainteresowania rozwojem);

- dobrze oceniają współpracę ze szkołami branżowymi w zakresie praktyk oraz stosunkowo dobrze oceniają poziom dostosowania aktualnego programu nauczania do bieżących warunków na rynku (czynnik pozytywnej oceny zaplecza);
- nie mają trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników.

Przeprowadzona analiza czynnikowa wskazuje, że nie istnieją znaczące różnice pomiędzy zidentyfikowanymi typami rzemieślniczych firm. Zarówno umiarkowani optymiści, jak i ostrożni realisci podobnie oceniają otoczenie biznesowe, dostępność do informacji i zasobów kadrowych, jak i jakość potencjalnych pracowników i instytucji kształcących te kadry. Wydaje się, że jedynym ewentualnym czynnikiem różnicującym jest indywidualna interpretacja wspólnych dla wszystkich firm rzemieślniczych zewnętrznych warunków finansowych – te posiadające większą gwarancję płynności finansowej i wypłacalności kontrahentów (sektor B2B) w większym stopniu mieszczą się w kategorii „umiarkowanych optymistów”, podczas gdy rzemieślnicy oferujący swoje towary i usługi indywidualnym odbiorcom (sektor B2C) są ostrożniejsi w planach rozwojowych i w większym stopniu nastawieni na oszczędzanie ewentualnych nadwyżek finansowych na przetrwanie trudniejszych okresów.

4 USTALENIA BADANIA JAKOŚCIOWEGO

4.1 CHARAKTERYSTYKA UCZESNIKÓW BADANIA JAKOŚCIOWEGO

W ramach badania przeprowadzono **22 pogłębione wywiady indywidualne (IDI)**, obejmujące zarówno rzemieślników prowadzących działalność w różnych branżach, jak i przedstawicieli instytucji otoczenia rzemiosła. Próba miała charakter **celowy**, zorientowany na uchwycenie zróżnicowania zawodów, doświadczeń, modeli prowadzenia działalności oraz postaw wobec przyszłości rzemiosła.

W badaniu przeprowadzono:

- **20 wywiadów z rzemieślnikami** prowadzącymi działalność gospodarczą w regionie.
- **2 wywiady eksperckie** z przedstawicielami Izby Rzemieślników i Przedsiębiorców.

W próbie znalazły się osoby reprezentujące szerokie spektrum zawodów rzemieślniczych, m.in.:

- **usługi osobiste:** fryzjerstwo, barbering, kosmetologia, wizaż, grooming,
- **branże kreatywne i artystyczne:** florystyka, modniarstwo, projektowanie i szycie odzieży,
- **branże spożywcze:** piekarnictwo, cukiernictwo,
- **branże techniczne i budowlane:** stolarstwo, cieślactwo, dekarstwo,
- **rzemiosła unikatowe i zanikające:** parasolnictwo, modniarstwo tradycyjne,
- **branże specjalistyczne:** optyka i optometria.

Tak szeroki przekrój umożliwia uchwycenie zarówno **rzemieślniczych zawodów masowych**, jak i **rzemiosł niszowych**, które wymagają wysokich kompetencji manualnych i często borykają się z problemem sukcesji.

Respondenci różnią się znacząco pod względem stażu:

- od **2–3 lat** (nowe działalności, często po przebranżowieniu),
- przez **10–20 lat** (stabilne firmy rodzinne lub jednoosobowe),
- po **30–40 lat doświadczenia** (mistrzowie zawodów, osoby szkolące uczniów, kontynuujące tradycję rodzinną).

Dzięki temu możliwe było uchwycenie zarówno **perspektywy młodych przedsiębiorców**, jak i **doświadczonych rzemieślników**, którzy obserwują zmiany w branży od dekad.

W próbie występują także zróżnicowane modele prowadzenia działalności:

- **firmy jednoosobowe** (dominują),
- **małe zakłady rodzinne**,
- **przedsiębiorstwa zatrudniające kilkanaście–kilkadziesiąt osób**,
- **zakłady o charakterze unikatowym**, prowadzone przez ostatnich przedstawicieli danego zawodu.

Dodatkowo, wywiady z ekspertami - przedstawicielami organizacji branżowych dostarczyły:

- kontekstu systemowego,
- danych o trendach demograficznych i sukcesyjnych,
- perspektywy instytucjonalnej na kondycję rzemiosła.

W analizie jakościowej wyodrębniono cztery główne typy postaw wobec rzemiosła i przyszłości branży. Podział ten nie jest sztywny – część respondentów łączy cechy dwóch kategorii (np. „rozgoryczony optymista”, „sceptyczny realista”). Zaproponowana typologia ma charakter **analityczny**, oparty na interpretacji wypowiedzi.

Optymista	Opis: Osoby z tej grupy wierzą w rozwój rzemiosła, widzą rosnący prestiż zawodów i planują inwestycje. Podkreślają znaczenie jakości, indywidualizacji usług i budowania relacji z klientem. Często mówią o „pasji”, „sercu do zawodu” i „ciągłym doskonaleniu”.	Typowe cechy wypowiedzi: <ul style="list-style-type: none">• deklaracje rozwoju (nowe usługi, większy lokal, inwestycje w sprzęt),• pozytywna ocena popytu,• wiara w unikatowość rzemiosła jako przewagę nad masówką,• gotowość do szkolenia uczniów.
Realista	Opis: Realista dostrzega zarówno szanse, jak i bariery. Zwykle koncentruje się na utrzymaniu stabilności firmy, a nie na dynamicznym rozwoju. Wskazuje na rosnące koszty pracy, biurokrację, trudności kadrowe, ale jednocześnie widzi sens kontynuowania działalności.	Typowe cechy wypowiedzi: <ul style="list-style-type: none">• równoważenie plusów i minusów,• pragmatyczne podejście do inwestycji,• akceptacja ograniczeń rynkowych,• koncentracja na jakości i stabilności.
Pesymista	Opis: Pesymiści uważają, że rzemiosło w Polsce jest w odwrocie. Często mówią o „wymieraniu zawodów”, „gnębieniu przez system podatkowy”, „braku szacunku dla rzemieślników”. W tej grupie znajdują się głównie przedstawiciele zawodów niszowych lub zanikających.	Typowe cechy wypowiedzi: <ul style="list-style-type: none">• poczucie braku wsparcia ze strony państwa,• obawy o przyszłość zawodu,• rozważanie zamknięcia działalności,• silne akcentowanie barier (ZUS, podatki, konkurencja z importem).
Sceptyk	Opis: Sceptycy niekoniecznie są pesymistami – często mają stabilne firmy, ale nie wierzą w skuteczność systemowych rozwiązań, pomoc publiczną czy jakość kształcenia młodych. Podkreślają, że „nikt nie rozumie rzemiosła”, a zmiany prawne są niekorzystne.	Typowe cechy wypowiedzi: <ul style="list-style-type: none">• brak wiary w instytucje,• krytyka jakości kształcenia zawodowego,• ostrożność wobec inwestycji,• przekonanie, że rzemieślnicy są „niedoceniani”.

Podział respondentów na optymistów, realistów, pesymistów i sceptyków został dokonany na podstawie analizy jakościowej całych narracji, a nie pojedynczych wypowiedzi. W procesie kodowania zwracano uwagę zarówno na deklaracje dotyczące przyszłości firmy, jak i na emocjonalny ton wypowiedzi, sposób opisywania barier oraz ocenę kondycji rzemiosła jako sektora. Kluczowe było to, czy respondent koncentrował się przede wszystkim na możliwościach rozwoju, na stabilnym utrzymaniu działalności, czy raczej na zagrożeniach i poczuciu braku perspektyw.

Optymiści to osoby, które w swoich wypowiedziach akcentowały rozwój, inwestycje i rosnący prestiż zawodów rzemieślniczych. Realistów charakteryzowało zrównoważone podejście – dostrzegali zarówno szanse, jak i bariery, a ich narracje skupiały się na pragmatycznym utrzymaniu stabilności firmy. Pesymiści natomiast koncentrowali się na trudnościach systemowych, wysokich kosztach prowadzenia działalności, problemach sukcesyjnych i poczuciu zanikania zawodu. Sceptycy wyróżniali się brakiem wiary w skuteczność instytucji, systemu edukacji zawodowej czy pomocy publicznej, mimo że ich sytuacja biznesowa mogła być stabilna.

Typologia ta powstała poprzez zestawienie kilku wymiarów: deklarowanych planów rozwojowych, oceny sytuacji rynkowej, stosunku do zmian prawnych i ekonomicznych, a także emocjonalnego tonu wypowiedzi. Każdy respondent został przypisany do kategorii na podstawie dominującego sposobu myślenia o przyszłości rzemiosła i własnej działalności. W przypadkach, w których narracja była ambiwalentna, stosowano kategorie mieszane (np. „rozgoryczony optymista”, „sceptyczny realista”), aby oddać złożoność postaw i uniknąć nadmiernych uproszczeń.

Tabela 26. Charakterystyka uczestników badania jakościowego

Kod respondenta	Typ respondenta	Branża / specjalizacja	Charakterystyka działalności rzemieślniczej	Rola w firmie	Staż zawodowy (lata)	Charakterystyka respondenta	Postawa i poglądy na rzemiosło
IDI_1	przedsiębiorca	florystyka	Florystyka; działalność od ok. 10 lat	właściciel	10	Mężczyzna, właściciel, stawia na innowacyjność i usługi premium	Realista / sceptyk ; nie planuje rozwoju z powodu kosztów pracy i braku kadr; uważa, że rzemieślnicy są „wyzyskiwani z kreatywności”
IDI_2	przedsiębiorca	piekarnictwo / cukiernictwo	Piekarnictwo i cukiernictwo; firma rodzinna od 1996 r.	kierownik produkcji	30	Kobieta, kieruje ok. 40-osobowym zespołem, przejęła zakład po teściach	Umiarkowany optymista ; inwestuje w nowoczesne maszyny; martwi się o spadek solidności u młodych
IDI_3	przedsiębiorca	branża kosmetyczna	Kosmetologia i medycyna estetyczna; działalność od 6 lat	właściciel	6	Kobieta, prowadzi gabinet jednoosobowo, powrót z zagranicy	Ostrożny optymista ; obawia się zmian prawnych i nieuczciwej konkurencji
IDI_4	przedsiębiorca	cukiernictwo	Cukiernictwo; firma z 40-letnią tradycją	właściciel	40	Kobieta, prezes cechu, mistrzyni zawodu, szkoli uczniów	Rozgoryczony optymista ; kocha rzemiosło, ale czuje się oszukana przez system; rozważa zamknięcie przez koszty pracy
IDI_5	przedsiębiorca	fryzjerstwo	Fryzjerstwo; salon od 3 lat, 25 lat doświadczenia	właściciel	25	Mężczyzna, nauczyciel zawodu, stawia na relację z klientem	Zdecydowany optymista ; planuje rozwój i szkolenie uczniów; podkreśla rolę pasji
IDI_6	przedsiębiorca	usługi budowlane / dekarские	Cieślactwo i dekarstwo; działalność od 2015 r.	właściciel	11	Mężczyzna, samouk, realizuje duże projekty	Konkretny optymista ; planuje budowę domów; krytyczny wobec braku chęci do pracy u młodych
IDI_7	przedsiębiorca	kosmetyka	Kosmetologia premium; działalność od 3 lat	właściciel	3	Kobieta, przebranżowiona w pandemii	Optymista prorozwojowy ; stale podnosi standardy mimo rosnących kosztów
IDI_8	przedsiębiorca	krawiectwo / projektowanie	Projektowanie i szycie odzieży; ok. 10 lat na rynku	właściciel	10	Kobieta, projektantka, tworzy niszowe kreacje	Realista z nutą pesymizmu ; obawia się ZUS i konkurencji taniej odzieży
IDI_9	przedsiębiorca	florystyka	Florystyka; działalność od 12 lat	właściciel	20	Mężczyzna, nauczyciel florystyki, 20 lat doświadczenia	Praktyczny optymista ; planuje inwestycje (kwiatomaty); narzeka na biurokrację i słabe przygotowanie stażystów

Kod respondenta	Typ respondenta	Branża / specjalizacja	Charakterystyka działalności rzemieślniczej	Rola w firmie	Staż zawodowy (lata)	Charakterystyka respondenta	Postawa i poglądy na rzemiosło
IDI_10	przedsiębiorca	fryzjerstwo	Fryzjerstwo i koloryzacja; salon od ok. 7 lat	właściciel	12	Kobieta, założyła firmę dzięki dotacji w wieku 23 lat	Stabilny optymista ; widzi wzrost prestiżu zawodu i planuje rozwój
IDI_11	przedsiębiorca	groomer (usługi dla zwierząt)	Grooming; działalność od 2013 r.	właściciel	3	Kobieta, prekursorka nowoczesnych usług dla psów	Rzeczowy realista ; branża stabilna, największy problem to brak lojalnych pracowników
IDI_12	przedsiębiorca	optyka / optometria	Optyka i optometria; firma rodzinna od 20+ lat	współwłaściciel	10	Kobieta, wykształcona specjalistka, kontynuuje tradycję	Silny optymista ; wierzy w przewagę spersonalizowanych usług nad masówką
IDI_13	przedsiębiorca	modniarstwo	Modniarstwo; działalność od 2010 r., 33 lata doświadczenia	właściciel	16	Kobieta, artystyczna dusza, kontynuuje tradycję zakładu	Zrezygnowany realista / pesymista finansowy ; przytłoczona podatkami i brakiem narzędzi; obawia się wymierania zawodu
IDI_14	przedsiębiorca	kosmetologia / beauty & spa	Kosmetologia holistyczna; działalność 2+ lata	właściciel	3	Kobieta, specjalistka od trudnych terapii	Ambitny optymista ; inwestuje mimo wysokiego ryzyka i kosztów sprzętu
IDI_15	przedsiębiorca	parasolnictwo	Produkcja i naprawa parasoli; tradycja 60 lat	właściciel	30	Kobieta, jedna z ostatnich w branży	Zdecydowany pesymista ; uważa państwo za wroga rzemiosła; twierdzi, że zawód zanika przez „chińszczyznę”
IDI_16	przedsiębiorca	modniarstwo	Modniarstwo; działalność od roku	właściciel	3	Kobieta, traktuje rzemiosło jako slow fashion	Optymista hobbystyczny ; wierzy w sens ręcznej pracy mimo niskiej dochodowości
IDI_17	przedsiębiorca	stolarstwo / meblarstwo	Stolarstwo (meble na wymiar); 5 lat działalności	właściciel	5	Mężczyzna, pracuje z rodziną, stawia na jakość	Praktyczny optymista ; bardzo dobra sytuacja firmy; planuje budowę hali
IDI_18	przedsiębiorca	kosmetyka	Wizaż i stylizacja; 4–5 lat działalności	właściciel	4	Kobieta, rozwija firmę przez social media	Rozwojowy optymista ; duża konkurencja, ale widzi rosnący prestiż zawodu
IDI_19	przedsiębiorca	stolarstwo	Stolarstwo; firma od 1993 r.	właściciel	30	Mężczyzna, mistrz, zatrudnia synów	Sceptyczny realista ; dużo zleceń, ale sfrustrowany biurokracją i konkurencją na KRUS
IDI_20	przedsiębiorca	fryzjerstwo	Fryzjerstwo męskie (barber); od 1999 r.	właściciel	25	Mężczyzna, jednoosobowa	Analityczny realista ; dostosowuje ceny do rynku; planuje stabilną przyszłość

Kod respondenta	Typ respondenta	Branża / specjalizacja	Charakterystyka działalności rzemieślniczej	Rola w firmie	Staż zawodowy (lata)	Charakterystyka respondenta	Postawa i poglądy na rzemiosło
						działalność, analityczne podejście	
IDI_21	ekspert	ekspert – organizacja rzemieślnicza	Ekspert – organizacja rzemieślnicza	dyrektor	—	Dyrektor izby, szeroka wiedza statystyczna	Systemowy realista ; widzi potencjał w unikatowości rzemiosła; optymista wobec cyfryzacji
IDI_22	ekspert	ekspert – organizacja rzemieślnicza	Ekspert – rzemieślnik, członek zarządu cechu	członek zarządu	—	Członek zarządu, tradycyjne podejście	Tradycyjny realista ; ceni jakość ponad zysk; uważa, że etos wraca, ale biurokracja jest uciążliwa

Źródło: Opracowanie własne.

HISTORIA FIRMY

Rozpoczęcie działalności rzemieślniczej

Rzemieślnicy biorący udział w badaniu reprezentowali szerokie spektrum stażu zawodowego, co potwierdzało, że **świętokrzyskie rzemiosło łączyło firmy o wieloletniej tradycji z nowymi, autorskimi przedsięwzięciami**. W próbie znalazły się zakłady funkcjonujące nieprzerwanie od trzech–czterech dekad, często prowadzone przez kolejne pokolenia, stanowiące trwały element lokalnego krajobrazu gospodarczego.

„Funkcjonujemy od 40 lat. W latach, to się zaczęło tak w '86 rok.” – IDI_4

Obok nich obecni byli rzemieślnicy kontynuujący rodzinne tradycje, którzy przejmowali zakłady po rodzicach lub innych członkach rodziny, utrzymując ciągłość działalności i rozwijając ją w nowych warunkach rynkowych.

„Jest to firma rodzinna, która tak naprawdę na rynku figurowała już od ponad 20 lat.” – IDI_12

Istotną część próby stanowiły jednak osoby, które dopiero w ostatnich latach zdecydowały się na otwarcie własnej działalności, często po przebranżowieniu lub zdobyciu doświadczeń poza regionem. Dla nich rzemiosło było przede wszystkim przestrzenią realizacji pasji i budowania własnej marki.

„Ja jestem kosmologiem i moja firma działała już ponad 2 lata, ale ja ją sama założyłam.” – IDI_14

Jednocześnie eksperci zauważali, że część zawodów przeżywała renesans w nowej formie — bardziej niszowej, butikowej lub sieciowej — co wskazywało na ewolucję, a nie całkowity zanik tradycyjnych profesji.

„Mamy tę technologię jeszcze taką starą, sam jeszcze z dziadka sprzed 80 lat... My tak od 80 lat tak samo wszystko.” – IDI_22

Początkowe trudności i wyzwania

Wyzwania, z jakimi mierzyli się rzemieślnicy na początku działalności, różniły się w zależności od okresu, w którym wchodzili na rynek. Osoby rozpoczynające pracę w latach 90. wskazywały przede wszystkim na **niestabilność gospodarczą i ekstremalną inflację**, które utrudniały jakiegokolwiek planowanie i wymagały dużej odporności finansowej.

„W tamtych czasach? Inflacja, bo były miesiące, że w jednym miesiącu zdarzała się inflacja nawet i 100 procent.” – IDI_19

W przypadku nowszych działalności kluczowym wyzwaniem okazywało się **zdobycie zaufania klientów oraz zbudowanie portfolio**, które pozwalałoby konkurować na nasyconym rynku usług.

„Największym wyzwaniem? Zdobycie zaufania u klienta (...) Portfolio, które trzeba było zbudować...” – IDI_3

Dodatkową barierą, szczególnie w branżach regulowanych, było znalezienie lokalu spełniającego wymogi sanitarne i techniczne, co znacząco wydłużało proces wejścia na rynek.

„Najtrudniejsze chyba było znalezienie odpowiedniego lokalu. (...) restrykcje i wymagania ze strony Sanepidu...” – IDI_7

Eksperti potwierdzali, że współczesne bariery miały przede wszystkim charakter **systemowy**, a nie finansowy. Zwracali uwagę na niestabilność prawa, rosnącą biurokrację oraz obciążenia administracyjne, które szczególnie dotyczyły mikrofirmy i zniechęcały do zakładania działalności.

„Główne bariery to kwestie przede wszystkim związane z niestabilnością prawa... od już kilkunastu lat cały czas borykaliśmy się z bardzo dużą dynamiką zmian.” – IDI_21

Dodatkowo eksperci wskazywali, że cyfryzacja — choć teoretycznie miała ułatwiać prowadzenie działalności — w praktyce stawała się kolejnym obciążeniem dla rzemieślników, którzy nie mieli czasu na wdrażanie nowych narzędzi.

„Dużymi barierami była też biurokracja. To, że my bardzo często nie mogliśmy zająć się pracą, bo musieliśmy spełniać jakieś tam wymogi biurokratyczne.” – IDI_22

Zmiany w działalności rzemieślniczej na przestrzeni lat

Profil usług rzemieślniczych w regionie ulegał wyraźnej ewolucji, przesuając się od produkcji masowej ku **personalizacji i usługom premium**. W wielu branżach rosło znaczenie indywidualnych projektów, dopasowanych do potrzeb klienta, co pozwalało rzemieślnikom wyróżniać się na tle oferty sieciowej.

„Na początku były to takie klasyczne okulary (...) A teraz zmieniły się potrzeby pacjentów w aspekcie modowym.” – IDI_12

W zawodach zanikających, takich jak parasolnictwo, zmiana była jeszcze bardziej radykalna — rzemieślnicy całkowicie odchodzili od nierentownej produkcji na rzecz wyspecjalizowanych napraw, stając się ostatnimi przedstawicielami swojej profesji.

„Zdecydowanie kiedyś więcej produkowaliśmy parasoli (...) Zajmowaliśmy się tylko naprawą parasoli.” – IDI_15

W branżach beauty i usług osobistych kierunek zmian prowadził natomiast ku **holistycznym, zaawansowanym usługom**, często łączącym elementy kosmetologii, medycyny estetycznej czy współpracy z innymi specjalistami.

„Bardziej zaczęłam tak jakby tworzyć całe terapie (...) wyspecjalizowałam się pod dane miasto.” – IDI_14

Eksperti potwierdzali, że przyszłość rzemiosła leżała właśnie w **niszowej specjalizacji**, której nie da się zastąpić ani masową produkcją, ani automatyzacją. Podkreślali, że zapotrzebowanie na usługi wymagające indywidualnego podejścia będzie utrzymywać się niezależnie od zmian technologicznych.

„Wydawało się, że bardziej specjalizacja niszowa tych zakładów (...) rzemiosło będzie miało cały czas miejsce, ponieważ będzie grupa odbiorców, która nie zmieni swoich preferencji.” – IDI_21

Eksperti zwracali również uwagę, że część rzemieślników zmieniała model biznesowy, rezygnując z pośredników i przechodząc na sprzedaż bezpośrednią, co zwiększało opłacalność działalności.

„Musiałam zmienić sposób sprzedaży, że zrezygnowałam z odbiorców, a otworzyłam swoje punkty sprzedaży, dlatego że w przeliczeniu zdecydowanie lepiej wychodziłam.” – IDI_22

SYTUACJA FINANSOWA FIRM RZEMIEŚLNICZYCH

Sytuacja finansowa rzemieślników w regionie była silnie zróżnicowana, co potwierdzało, że **świętokrzyskie rzemiosło funkcjonowało jednocześnie w warunkach stabilnego wzrostu i walki o rentowność**. Część badanych, zwłaszcza przedstawiciele branż technicznych i budowlanych, wskazywała na stały napływ zleceń oraz możliwość inwestowania w rozwój firmy.

„Zamówienia, powiem, że wzrosły. Dochody też nie były złe. Było nas stać na remont w firmie, zakup pewnych sprzętów nowoczesnych...” – IDI_2

„Dobrze, bardzo dobrze nawet powiedziałbym. (...) Na pewno lepiej [niż wcześniej].” – IDI_17

W branżach o stabilnym popycie, takich jak stolarstwo, nadmiar zleceń był normą, choć nie zawsze przekładał się na płynność finansową — szczególnie w relacjach z firmami, które opóźniały płatności.

„Zamówienia zawsze miałem nadmiar, to tyle mogę powiedzieć, nigdy nie miałem z tym problemu. Z pewnością finansową zawsze był z tym problem, bo firmy czasem płaciły lepiej, czasem gorzej.” – IDI_19

Zupełnie inną sytuację opisywali rzemieślnicy z branż niszowych i artystycznych, którzy zmagali się z sezonowością, trudnymi pierwszymi miesiącami roku oraz presją kosztową, często prowadzącą do pracy „na styk”.

„...ten początek roku był bardzo trudny, żeby w ogóle przetrwać. (...) takie kółko zaczynało się robić, że człowiek cały czas martwił się o te pieniądze...” – IDI_13

Zmiany sytuacji finansowej i ich przyczyny

Rzemieślnicy zgodnie wskazywali, że ich sytuację finansową kształtowały przede wszystkim **inflacja oraz gwałtowny wzrost kosztów stałych**, takich jak energia, czynsz czy składki ZUS. Wzrost cen usług był więc nieunikniony, ponieważ koszty prowadzenia działalności rosły szybciej niż przychody.

„Myślę, że inflacja to jedno, a dwa: dość spore opłaty związane z prowadzeniem działalności jednoosobowej (...) opłaty lokalu, czynszu, innych opłat...” – IDI_10

Zmieniała się również struktura klientów — część konsumentów wybierała tańsze zamienniki, co szczególnie dotyczyło branż niszowe, podczas gdy równolegle rosła grupa klientów premium, świadomych jakości i gotowych zapłacić więcej za unikatowy produkt.

„Na pewno zmienił się rodzaj klientów, czyli miałam więcej takich klientów premium (...) klient premium nie patrzył na cenę.” – IDI_7

„Pod tym względem nie było z kim handlować, bo my byliśmy w zupełnie innym segmencie. (...) ludzie kochali kupować taniochę, która się zaraz rozlatywała.” – IDI_15

W niektórych branżach, zwłaszcza budowlanej, dochody były silnie uzależnione od sezonu i warunków pogodowych, co powodowało wahania popytu niezależne od jakości usług.

„To były naczynia połączone, koniunktura (...) zimowy, te mrozy mocne, bo budowlanka stała...” – IDI_20

Wzrost cen usług rzemieślniczych stał się koniecznością rynkową, a większość klientów reagowała na te zmiany ze zrozumieniem, traktując je jako naturalny efekt inflacji. Rzemieślnicy podkreślali, że konsumenci obserwowali wzrost cen w sklepach i akceptowali podwyżki również w usługach.

„Nieznacznie, ale to ze względu na to, że dostawcy mieli wyższe ceny (...) no ale to rozumiał każdy klient, tak samo jak w sklepie spożywczym.” – IDI_1

„Ludzie, którzy dowiedzieli się o podwyżkach, zareagowali z ogromną serdecznością. (...) widzieli, co się działo ogólnie.” – IDI_5

Niektórzy rzemieślnicy świadomie utrzymywali wyższe ceny, aby budować prestiż marki i przyciągać klientów, którzy naprawdę cenili ich pracę.

„Jak miałam cenę wyższą, to przychodził klient, który faktycznie ten kapeluszek chciał. I była zupełnie inna rozmowa...” – IDI_16

Trudności finansowe charakterystyczne dla rzemiosła

Ekspertsi uzupełniali obraz o perspektywę systemową, podkreślając, że indywidualna zaradność rzemieślników zderzała się z barierami strukturalnymi, których nie dało się zniwelować na poziomie mikrofirmy. Wskazywali, że największym obciążeniem były rosnące koszty fiskalne, których nie można było w nieskończoność przerzucać na klientów.

„Nie wszystko dało się przerzucić na klienta (...) jeżeli nadal szliśmy w kierunku obciążenia przedsiębiorców, to był ogromny problem.” – IDI_21

Ekspertsi zwracali również uwagę, że tradycyjne rzemiosło bywało nieekonomiczne z natury — czasochłonne procesy, ręczna praca i brak możliwości skalowania powodowały, że rentowność była trudna do osiągnięcia bez wyższych cen.

„Mało ludzi chciało się bawić w takie rzemiosło tradycyjne, które było nieekonomiczne. Młodzi chcieli zarabiać, więc woleli iść na skróty...” – IDI_22

Niektórzy rzemieślnicy, aby utrzymać rentowność, zmieniali model sprzedaży, rezygnując z pośredników i przechodząc na sprzedaż bezpośrednią.

„Musiałam zmienić sposób sprzedaży, że zrezygnowałam z odbiorców, a otworzyłam swoje punkty sprzedaży, bo w przeliczeniu zdecydowanie lepiej wychodziłam.” – IDI_22

PLANOWANY ROZWÓJ

Przewidywania rzemieślników dotyczące przyszłości były silnie spolaryzowane, co potwierdzało, że **świętokrzyskie rzemiosło funkcjonowało jednocześnie w logice ekspansji i defensywy**. Część badanych, zwłaszcza z branż optycznej, beauty i fryzjerskiej, planowała rozwój, inwestycje w nowe lokale oraz poszerzanie oferty, traktując najbliższe lata jako szansę na umocnienie pozycji.

„Na pewno nie obawialiśmy się o przetrwanie zakładu. (...) będziemy szli w kierunku rozwoju naszej firmy i ewentualnie rozwoju bardziej globalnego.” – IDI_12

„...będę robił wszystko, żeby wprowadzić już w nowym lokalu (...) chcę czegoś więcej i myślę, że jak będę miał większy lokal, to będę miał też miejsce, żeby przyjąć osobę, która chciała się nauczyć.” – IDI_5

Inni rzemieślnicy przyjmowali postawę zachowawczą, koncentrując się na utrzymaniu obecnej skali działalności. Wynikało to z niepewności rynkowej, zmęczenia wieloletnim prowadzeniem firmy lub braku zasobów kadrowych.

„Rozwoju większego raczej nie, na chwilę obecną sytuacja, żeby wyglądała tak jak teraz i będzie wszystko w porządku.” – IDI_1

Najbardziej pesymistyczne prognozy pojawiały się w branżach obciążonych wysokimi kosztami pracy i konkurencją masową, gdzie rzemieślnicy mówili wprost o walce o przetrwanie.

„No, chyba bardziej na przetrwanie. (...) ZUS-y były drogie. Jak na jednoosobową działalność, to za dużo było kosztów do zysku.” – IDI_8

Zagrożenia rozwoju

Rzemieślnicy rzadko wskazywali konkurencję jako główne zagrożenie — znacznie częściej podkreślali, że największym problemem była **opresyjność państwa**, wyrażona w rosnących obciążeniach fiskalnych, biurokracji

i nieprzewidywalności przepisów. W wielu wypowiedziach pojawiała się frustracja związana z kolejnymi zmianami prawa, które utrudniały planowanie i zwiększały koszty prowadzenia działalności.

„Proszę Pani, najbardziej przeszkadzało i najbardziej nam zagrażało państwo polskie. Non stop podnoszone były wszystkie możliwe opłaty, daniny, podatki. Teraz za chwilę mieliśmy mieć KSeF...” – IDI_15

„Energia... bo nie wiadomo, co mogło być (...) i bałem się tych ZUS-ów, podatków, bo na każdym kroku byliśmy bombardowani różnymi pomysłami rządu.” – IDI_19

W branżach medyczno-kosmetycznych dodatkowym zagrożeniem były zmiany legislacyjne dotyczące uprawnień zawodowych, które mogły ograniczyć zakres usług.

„...co do regulacji odnośnie gabinetu medycyny estetycznej, wchodziły nowe ustawy. Obserwowałam, czy tylko lekarze będą mogli się tym zajmować...” – IDI_3

W rzemiosłach technicznych i usługowych barierą pozostawał również brak kadr — młodzi pracownicy często rezygnowali po krótkim czasie, co uniemożliwiało rozwój.

„...i myślę, że ten czynnik ludzki był dosyć istotny (...) osoby, które przychodziły, po jakimś czasie rezygnowały.” – IDI_11

Rozszerzenie oferty

Rozszerzanie oferty rzemieślniczej odbywało się przede wszystkim poprzez **innowacje produktowe i usługowe**, które pozwalały wyróżnić się na tle produkcji masowej. W branżach kreatywnych i florystycznych pojawiały się pomysły automatyzacji sprzedaży i wprowadzania nowych kanałów dotarcia do klienta.

„Na pewno chciałem rozwinąć jeszcze troszkę firmę. Chciałem mieć kwiatomat, bo to było przyszłościowe (...) przez 24 godziny na dobę mogliśmy zarabiać.” – IDI_9

W branży beauty kierunek zmian prowadził ku usługom bardziej specjalistycznym, łączącym elementy fizjoterapii, trychologii czy współpracy z lekarzami.

„Tak, tak, wchodziłam w nowy dział fizjoterapii (...) żeby stworzyć dział usług, który był potrzebą pierwszego rzędu.” – IDI_14

„Będę też zajmował się trychologią, podjąłem współpracę z dermatologiem (...) headspa...” – IDI_5

W zawodach niszowych, takich jak modniarstwo, rozwój polegał na poszerzaniu oferty o nowe, unikatowe modele, które budowały rozpoznawalność marki.

„Wprowadziłam do oferty toczki.” – IDI_16

Ewentualne zakończenie działalności

Wielu rzemieślników podkreślało, że ich zakłady mogą zakończyć działalność wraz z przejściem właściciela na emeryturę, ponieważ **brakowało sukcesorów**, a młode pokolenie nie było zainteresowane przejmowaniem firm. W branżach usługowych i beauty rzemieślnicy wprost deklarowali, że nie widzieli następców w rodzinie.

„Na emeryturę to był jeszcze daleki horyzont. (...) A przekazać komuś? Nie miałem pojęcia. W rodzinie nikt się do tego nie patał.” – IDI_20

„Na emeryturę na pewno przejdę bez następcy, bo mój syn raczej nie poprowadziłby mojego gabinetu.” – IDI_3

W branżach tradycyjnych, takich jak cukiernictwo czy modniarstwo, pojawiały się również głosy o konieczności zamknięcia zakładu z powodu rosnących kosztów pracy i braku perspektyw.

„Dochodziłam do wniosku, że trzeba zamknąć tę firmę. (...) praca ludzka była coraz droższa.” – IDI_4

„Myśli były takie, żeby zrezygnować. Niejednokrotnie, gdy już się załamywałam...” – IDI_13

Eksperti potwierdzali pesymistyczną diagnozę dotyczącą sukcesji, wskazując, że **liczba zakładów rzemieślniczych będzie spadać**, ponieważ młode pokolenie nie było zainteresowane przejmowaniem firm rodzinnych.

„Bardzo duże problemy jeżeli chodzi o sukcesję... rodzina stwierdziła, że nie będzie prowadzić zakładu i trzeba go zamknąć.” – IDI_21

Wskazywali także, że młodzi wybierali stabilność etatu, a nie ryzyko prowadzenia działalności gospodarczej, co pogłębiało kryzys sukcesyjny.

„Młode pokolenie nie miało pędu do otwierania działalności gospodarczej. Woleli iść łatwiejszą drogą.” – IDI_21

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim tworzy złożony i wielowarstwowy ekosystem, w którym współistnieją zakłady o kilkudziesięcioletniej tradycji, firmy rodzinne oraz nowe, autorskie działalności zakładane przez osoby przebranżowione lub powracające z doświadczeniem zdobytym poza regionem. Ta różnorodność przekłada się na odmienne modele działania, poziomy odporności ekonomicznej i potrzeby rozwojowe. Jednocześnie wszystkie te grupy funkcjonują w warunkach rosnącej presji regulacyjnej i kosztowej, która w sposób systemowy ogranicza ich możliwości inwestycyjne i rozwojowe.

Wejście na rynek rzemieślniczy jest dziś obarczone barierami o charakterze przede wszystkim systemowym, a nie finansowym. Starsze pokolenie mierzyło się z niestabilnością gospodarki lat 90., natomiast młodsze — z rosnącymi wymaganiami sanitarnymi, koniecznością budowania portfolio i zdobywania zaufania klientów. Współcześnie kluczowe wyzwania to niestabilność prawa, biurokracja, cyfryzacja bez wsparcia oraz rosnące koszty stałe. Mikrofirmy nie mają zasobów administracyjnych, by nadążać za dynamiką zmian legislacyjnych, co prowadzi do poczucia niepewności i ogranicza skłonność do inwestowania.

Profil działalności rzemieślniczej wyraźnie ewoluuje. W wielu branżach obserwujemy odejście od produkcji masowej na rzecz personalizacji, usług premium i niszowych specjalizacji — segmentów odpornych na automatyzację i konkurencję masową. W zawodach zanikających rzemieślnicy przechodzą z produkcji na wyspecjalizowane naprawy, natomiast w branżach beauty i usług osobistych rośnie znaczenie usług interdyscyplinarnych. To kierunki, które warto wspierać, bo budują unikatową wartość regionu i odpowiadają na zmieniające się preferencje konsumentów.

Sytuacja finansowa rzemiosła jest silnie spolaryzowana. Część firm — zwłaszcza technicznych i budowlanych — notuje wzrosty i inwestuje w rozwój. Inne, szczególnie niszowe i artystyczne, funkcjonują na granicy rentowności, zmagając się z sezonowością, inflacją i presją kosztową. Wzrost cen usług stał się koniecznością, ale klienci w większości akceptują go jako naturalny efekt inflacji. Eksperti podkreślają jednak, że tradycyjne rzemiosło jest z natury nieekonomiczne: czasochłonne, trudne do skalowania i podatne na wzrost kosztów. Bez wsparcia systemowego wiele profesji może nie przetrwać.

Jednym z najpoważniejszych zagrożeń jest kryzys sukcesji. Młode pokolenie nie chce przejmować zakładów rodzinnych, preferując stabilność etatu. W wielu firmach właściciele deklarują, że po przejściu na emeryturę zakład zostanie zamknięty. To realne ryzyko zaniku wielu zawodów, zwłaszcza niszowych i tradycyjnych.

Problem pogłębia brak kadr — młodzi pracownicy często rezygnują po krótkim czasie, co uniemożliwia rozwój i zwiększa obciążenie właścicieli.

Plany rozwojowe rzemieślników są spolaryzowane. Część firm planuje ekspansję, nowe lokale i poszerzenie oferty, inni działają w trybie defensywnym, skupiając się na utrzymaniu obecnej skali. Największym zagrożeniem nie jest konkurencja, lecz otoczenie regulacyjne: rosnące koszty, biurokracja, nieprzewidywalność przepisów i brak stabilności prawa. To właśnie te czynniki w największym stopniu ograniczają skłonność do inwestowania i podejmowania ryzyka.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło nie potrzebuje wyłącznie wsparcia finansowego — potrzebuje przede wszystkim stabilnego, przewidywalnego i przyjaznego otoczenia regulacyjnego. Dopiero w takich warunkach możliwe będzie wykorzystanie potencjału niszowych specjalizacji, rozwój firm rodzinnych, odbudowa sukcesji i wzrost atrakcyjności zawodów rzemieślniczych. Region dysponuje kapitałem kompetencyjnym i kulturowym, który może stać się jego przewagą — ale tylko wtedy, gdy bariery systemowe przestaną blokować rozwój najmniejszych firm.

4.3 STRATEGIE ORGANIZACYJNE I MODEL BIZNESOWY

SPOSOBY POZYSKIWANIA KLIENTÓW

„Poczta pantoflowa”

Tradycyjna „poczta pantoflowa” pozostawała fundamentem modelu biznesowego świętokrzyskich rzemieślników, ponieważ **bezpośrednie polecenie budowało zaufanie**, które w usługach manualnych było kluczowe. Respondenci podkreślali, że jakość pracy była najlepszą reklamą, a zadowolony klient generował kolejne zlecenia bez konieczności inwestowania w kosztowne kampanie.

„Myślę, że na pewno takim największym możliwym na rynku kanałem pozyskiwania nowych klientów była właśnie ta poczta pantoflowa, która miała niezwykłą moc.” – IDI_12

„Generalnie najwięcej miałem z poczty pantoflowej – polecenia, polecenia.” – IDI_19

Media społecznościowe

Jednocześnie rzemieślnicy coraz częściej wykorzystywali media społecznościowe jako **cyfrowe portfolio**, szczególnie w branżach beauty, florystyce i modzie, gdzie wizualny efekt pracy był kluczowy. Instagram i Facebook służyły do prezentowania zdjęć „przed i po”, edukowania klientów oraz utrzymywania stałego kontaktu.

„W ostatnim roku głównie miało to związek z prowadzeniem Instagrama. Jeśli tego się nie robiło, było dużo ciężiej.” – IDI_18

„Starałam się robić zdjęcia przed i po, żeby klient widział usługę.” – IDI_10

Mimo rosnącej roli mediów społecznościowych, rzemieślnicy podkreślali, że **bezpośrednia relacja z klientem** pozostawała niezastąpiona, a social media pełniły funkcję pomocniczą, a nie zastępczą.

„Docierałam do odbiorców poprzez social media, aczkolwiek zauważyłam, że interakcja bezpośrednia była nieoceniona.” – IDI_16

Eksperci wskazywali również na konieczność adaptacji do cyfryzacji, która stawała się standardem w komunikacji i administracji. Ci, którzy nie wdrażali nowych rozwiązań, ryzykowali wykluczenie z rynku.

„Gdyby nie umieli się adaptować do rozwiązań cyfrowych, zostaliby wykluczeni z rynku, bo bardzo dużo rzeczy odbywało się już cyfrowo.” – IDI_21

Eksperti zwracali także uwagę na skuteczność zmiany modelu sprzedaży w kierunku **bezpośredniego kontaktu z klientem**, co poprawiało rentowność i uniezależniało rzemieślników od pośredników.

„Zrezygnowałam z odbiorców, otworzyłam swoje punkty sprzedaży – w przeliczeniu wychodziłam zdecydowanie lepiej.” – IDI_22

Budowanie „marki”

W obliczu konkurencji z produkcją masową rzemieślnicy konsekwentnie pozycjonowali swoje usługi w segmencie **premium**, stawiając na jakość surowców, ręczną pracę i unikatowość. Wielu z nich świadomie rezygnowało z tańszych zamienników, argumentując, że ich klienci oczekiwali trwałości i indywidualnego podejścia.

„Nie znajdowaliśmy żadnych półśrodków ani tańszych zamienników. Nasi klienci cenili nas za to, że produkty były zawsze na najwyższym poziomie.” – IDI_12

„Miałam więcej klientów premium, którzy wiedzieli, po co przychodzili, i oczekiwali wysokiej jakości usług.” – IDI_7

W branżach niszowych, takich jak parasolnictwo czy modniarstwo, strategia premium była wręcz koniecznością — rzemieślnicy funkcjonowali w segmentach, gdzie masowa konkurencja nie była realnym zagrożeniem, ale presja cenowa wymuszała precyzyjne pozycjonowanie.

„Pod tym względem nie było z kim handlować, bo byliśmy w zupełnie innym segmencie. Mielśmy parasole premium.” – IDI_15

Wysoka cena była również narzędziem selekcji klientów — rzemieślnicy podkreślali, że wyższe stawki przyciągały osoby świadome wartości produktu.

„Jak miałam cenę wyższą, to przychodził klient, który faktycznie ten kapelusz chciał.” – IDI_16

Zasięg działalności

Większość rzemieślników opierała swoją działalność na **lojalnej bazie klientów z regionu**, przy czym „region” był definiowany szeroko i obejmował całe województwo świętokrzyskie. W branżach o charakterze codziennym – takich jak piekarnictwo, fryzjerstwo czy podstawowa kosmetyka – klienci najczęściej pochodzili z Kielc oraz okolicznych powiatów, a rzemieślnicy podkreślali, że lokalna rozpoznawalność była kluczowa dla utrzymania stabilnego popytu.

„Z odbiorcami było tak, że kierowcy rozwozili po sklepach w obrębie województwa. Klienci przychodzili też z pobliskich wiosek.” – IDI_2

Jednocześnie wielu rzemieślników zauważało, że klienci byli gotowi pokonać kilkadziesiąt kilometrów, aby skorzystać z usług sprawdzonego fachowca. Dotyczyło to zwłaszcza branż, w których jakość i zaufanie odgrywały kluczową rolę.

„Miałam klientów z całego województwa – z Buska, Końskich, Skarżyska, Starachowic...” – IDI_11

W niektórych sektorach – zwłaszcza spożywczych – zasięg pozostawał jednak ściśle lokalny, ograniczony do własnych punktów sprzedaży i najbliższej okolicy.

„Działaliśmy lokalnie, lokalnie działaliśmy. Moje miasteczko – tam nikt nie przyszedłby z Warszawy czy Łodzi.” – IDI_20

Rzemieślnicy świadczący usługi unikatowe lub wysoko wyspecjalizowane docierali do klientów z całej Polski, co potwierdzało, że **niszowość i mistrzostwo wykonania otwierały rynek ogólnopolski**. W branżach takich jak parasolnictwo, modniarstwo czy stolarstwo artystyczne klienci przyjeżdżali z dużych aglomeracji, a część usług była realizowana wysyłkowo.

„Ludzie z większych miast umawiali się, przyjeżdżali do mnie. Z innych części kraju też.” – IDI_13

„Przesyłał parasole z całej Polski, bo nie mieli już gdzie ich naprawić.” – IDI_15

Wysoka jakość usług w połączeniu z atrakcyjnymi cenami w porównaniu z dużymi miastami sprawiała, że rzemieślnicy z regionu byli konkurencyjni również dla klientów z Warszawy, Krakowa czy Łodzi.

„Z innych też, bo też na Warszawę, na Kraków, na Łódź – zależało gdzie i co.” – IDI_17

Rzemiosło świętokrzyskie posiadało także **wyraźny komponent międzynarodowy**, wynikający zarówno z emigracji zarobkowej, jak i renomy lokalnych produktów. Wielu klientów mieszkających na stałe za granicą korzystało z usług rzemieślników podczas wizyt w Polsce, traktując je jako bardziej jakościowe lub tańsze niż w krajach zamieszkania.

„Bardzo dużo klientów miałam z zagranicy – ze Szwajcarii, Holandii, Wielkiej Brytanii.” – IDI_3

W branżach spożywczych i dekoracyjnych rzemieślnicy realizowali również wysyłki produktów poza granice kraju, co świadczyło o rosnącym prestiżu ich wyrobów.

„Do Stanów pakowałam, miałam klientów, robiliśmy trwalsze ciasta.” – IDI_4

W zawodach zanikających, takich jak parasolnictwo, klienci z zagranicy korzystali z usług z powodu braku dostępnych fachowców w swoich krajach.

„Miałam klientów na Wyspach Brytyjskich, w Szwecji.” – IDI_15

Ekspert potwierdzali dualny charakter rynku rzemieślniczego – od silnej lokalności po szeroki zasięg niszowych specjalizacji. Wskazywali, że część zawodów, zwłaszcza spożywczych, była z natury lokalna i nie mogła funkcjonować poza najbliższym otoczeniem.

„Byłam matką piekarnią, miejscową – tylko w Kielcach produkowaliśmy i tylko w Kielcach sprzedawaliśmy.” – IDI_22

Jednocześnie eksperci podkreślali, że rzemiosło niszowe miało potencjał ogólnopolski i międzynarodowy, ponieważ zawsze istniała grupa odbiorców poszukujących indywidualnych, niepowtarzalnych rozwiązań.

„Rzemiosło miało cały czas miejsce, bo była grupa odbiorców, która nie zmieniała swoich preferencji.” – IDI_21

Ekspert zwracali również uwagę, że rozwój zasięgu zależał od zdolności rzemieślników do inwestowania w technologie i nowoczesne modele sprzedaży, co pozwalało im wyjść poza lokalny rynek.

„Wydawało się, że bardziej specjalizacja niszowa tych zakładów pozwalała wpisać się w zapotrzebowanie rynkowe.” – IDI_21

WSPÓŁPRACA FIRM RZEMIESLNICZYCH

Zrzeszenia i organizacje

Poziom zrzeszenia rzemieślników w formalnych organizacjach, takich jak Cechy czy Izby, był bardzo niski, ponieważ większość badanych **nie widziała w nich realnej wartości dodanej**. Rzemieślnicy podkreślali, że członkostwo wiązało się głównie z koniecznością opłacania składek, a nie z otrzymywaniem wsparcia w prowadzeniu działalności. Organizacje te były często postrzegane jako skostniałe, niedostosowane do współczesnych potrzeb mikroprzedsiębiorców.

„Wiele lat temu zrezygnowaliśmy z bycia w cechu, bo nie wiązało się to z niczym oprócz płacenia składek.” – IDI_15

„25 lat działaliśmy bez takiej współpracy i było ok.” – IDI_20

Część rzemieślników deklarowała również brak czasu na angażowanie się w działalność organizacyjną lub negatywne doświadczenia z przeszłości, co dodatkowo zniechęcało do zrzeszania się.

„Nie miałem czasu się orientować na inne rzeczy.” – IDI_1

„Zastanawiałam się, żeby się zapisać, ale zauważyłam, że bardziej byli zainteresowani promocją siebie niż rzemieślników.” – IDI_16

Rzemieślnicy zgodnie twierdzili, że Cechy były **mało skuteczne w rozwiązywaniu problemów prawnych i urzędowych**, a w kwestiach biurokratycznych musieli radzić sobie samodzielnie lub korzystać z usług księgowych. Przynależność do organizacji nie przekładała się na wsparcie w interpretacji przepisów czy kontaktach z urzędami.

„Nigdy się nie interesowałam tym, zawsze sobie sama jakoś radziłam.” – IDI_10

„Czy przynależność pomagała w problemach prawnych? – No niekoniecznie.” – IDI_2

Jedyną realną korzyścią, którą wskazywali zrzeszeni rzemieślnicy, było przejęcie przez Cech części obowiązków administracyjnych związanych z uczniami. Dla warsztatów szkolących młodzież było to znaczące odciążenie, choć również wiązało się z dodatkowymi opłatami.

„Oni rozliczali mi uczniów, ale nie robili tego za darmo – brali za to prowizję.” – IDI_19

Jednocześnie eksperci podkreślali, że Cechy pełniły ważną funkcję w obszarze kształcenia zawodowego, przejmując na siebie ciężar dokumentacji i formalności związanych z uczniami, co było dużym wsparciem dla mikrofirm.

„Dokumentacją zajmowały się Cechy – przejęły ciężar papierologii związanej z uczniami.” – IDI_22

Eksperci zwracali również uwagę, że przynależność do organizacji mogła budować wiarygodność firmy i zwiększać jej rozpoznawalność, szczególnie w kontekście produktów lokalnych i tradycyjnych.

„Zwiększała się wiarygodność firmy, jak była w takiej organizacji – dawało to możliwość szerszego zaprezentowania się.” – IDI_22

Współprace nieformalne

Realna współpraca rzemieślników opierała się przede wszystkim na **nieformalnych sieciach poleceń i współpracy międzybranżowej**, które przynosiły wymierne korzyści biznesowe. W branżach pokrewnych – takich jak fryzjerstwo i kosmetyka – rzemieślnicy wzajemnie rekomendowali swoje usługi, tworząc lokalne ekosystemy wsparcia, które zwiększały zasięg i wiarygodność ich działalności.

„Przy realizacji weselnych upięć i makijaży jedna drugą polecała.” – IDI_10

„Jak klient nie miał kogoś do mebli, to polecali mnie.” – IDI_17

W branżach kreatywnych i eventowych współpraca przy większych projektach – takich jak pokazy mody, sesje zdjęciowe czy wydarzenia promocyjne – była naturalnym elementem funkcjonowania rynku. Pozwalała ona rzemieślnikom nie tylko poszerzać grono odbiorców, lecz także uczyć się od siebie nawzajem i budować rozpoznawalność w nowych środowiskach.

„Współpracowałam przy pokazie mody z projektantami, modelkami, firmą Caterina, Aryton.” – IDI_16

Jednocześnie większość badanych dystansowała się od **formalnych organizacji rzemieślniczych**, takich jak cechy czy izby. Rzemieślnicy nie widzieli w nich realnej wartości dodanej, wskazując na brak czasu, biurokrację lub niejasne korzyści wynikające z członkostwa.

„Czy firma współpracowała z cechami, izbami? – Nie. Nie miałem czasu się orientować na inne rzeczy.” – IDI_1

Eksperti podkreślali, że dominacja nieformalnych modeli działania miała swoje konsekwencje systemowe. Niski poziom zrzeszania osłabiał siłę negocjacyjną rzemieślników, którzy działając indywidualnie, nie byli w stanie wpływać na regulacje czy polityki publiczne, co pogłębiało ich marginalizację w relacjach z administracją i dużymi podmiotami rynkowymi.

„Poziom zrzeszania się był bardzo słaby – 3,5 procent przedsiębiorców. To powodowało, że nie mieli siły przebicia.” – IDI_21

STRATEGIE FINANSOWE W OBLICZU ROSNĄCYCH KOSZTÓW

Podnoszenie cen

Rzemieślnicy radzili sobie z rosnącymi kosztami przede wszystkim poprzez **sukcesywne podnoszenie cen usług**, traktując to jako jedyną realną metodę utrzymania rentowności. Wzrost cen energii, składek ZUS i inflacja były postrzegane jako czynniki zewnętrzne, na które nie mieli wpływu, dlatego starali się reagować stopniowo, aby nie zniechęcić klientów.

„Mimo kosztów stawiałam na najwyższą jakość. Po prostu sukcesywnie podnosiłam ceny, uświadamiałam o tym klientów.” – IDI_10

„To podniesienie usług, no to tak jak dawałem 5 złotych w skali roku (...) to nie było odczuwalne dla zwykłego klienta.” – IDI_20

W wielu przypadkach rzemieślnicy przyjmowali strategię minimalnych, regularnych podwyżek, aby uniknąć szoku cenowego, jednocześnie biorąc część kosztów na siebie. Dotyczyło to zwłaszcza firm działających w mniejszych miejscowościach, gdzie wrażliwość cenowa była większa.

„Ja też nie mogłam dużo podnieść, bo zdawałam sobie sprawę, że byłam w mniejszym miasteczku (...) moje koleżanki miały dwa razy większe ceny.” – IDI_13

„Coraz mniejszy był zysk, oszczędzałam klienta. (...) Nie mieszkaliśmy w Warszawie, tylko w Kielcach.” – IDI_4

Rzemieślnicy kategorycznie odrzucali stosowanie tańszych zamienników surowców, uznając, że **jakość była ich jedynym realnym atutem konkurencyjnym** wobec produkcji masowej. W branżach takich jak optyka, stolarstwo czy modniarstwo panowało przekonanie, że obniżenie jakości prowadziłoby do utraty marki i konieczności tłumaczenia się klientom z wad produktów.

„Nie znajdowaliśmy żadnych półśrodków ani tańszych zamienników. Nasi klienci cenili nas za najwyższy poziom.” – IDI_12

„Robiłem na najwyższych tych, bo to nie była sztuka zrobić, a później jeździć i tłumaczyć się klientowi, że to było niedobre.” – IDI_17

W branżach kreatywnych i spożywczych rzemieślnicy podkreślali, że ich przewagą była autentyczność i naturalność, przeciwstawiana „chińszczyźnie” i produktom masowym.

„Starłam się, żeby to było prawdziwe rzemiosło, a nie podrabiane z Chin.” – IDI_13

„Nic nie będę szukać, zamknę. (...) u mnie pani zje zdrowe ciasteczko.” – IDI_4

Redukcja zatrudnienia

Wysokie koszty pracy prowadziły do **drastycznej redukcji zatrudnienia**, a wiele firm przechodziło na model samozatrudnienia lub pracy rodzinnej. Rzemieślnicy podkreślali, że minimalna krajowa, składki ZUS i koszty chorobowego czyniły zatrudnianie pracowników nieopłacalnym.

„Zwolniliśmy wszystkich pracowników, byliśmy w zasadzie z mężem sami.” – IDI_15

„Pracowałem więcej sam. Ograniczałem zatrudnienie.” – IDI_1

W firmach, które dawniej zatrudniały kilkanaście osób, obecnie pracowało zaledwie kilka, co znacząco zmieniało skalę działalności i możliwości rozwoju.

„Był czas, że miałem 11 zatrudnionych ludzi (...) teraz raptem 3 osoby.” – IDI_19

W branżach usługowych rzemieślnicy otwarcie przyznawali, że nie stać ich było na etat, a szkolenie nowych osób wiązało się z ryzykiem ich szybkiego odejścia.

„Pracowałam sama, bo nie było mnie stać na utrzymywanie etatu.” – IDI_14

Eksperti potwierdzali, że presja kosztowa wypychała rzemiosło w stronę nieopłacalności lub wymuszała bolesne zmiany strukturalne. Wskazywali, że obciążenia fiskalne i podatki lokalne były tak wysokie, że rzemieślnicy nie byli w stanie przerzucić ich w pełni na klientów.

„Nie wszystko dało się przerzucić na klienta (...) obciążenia przedsiębiorców były ogromnym problemem.” – IDI_21

Eksperti podkreślali również, że tradycyjne metody pracy były z natury nieekonomiczne i wymagały od rzemieślników osobistego zaangażowania, ponieważ małe firmy nie mogły pozwolić sobie na zatrudnienie administracji.

„Przy małych firmach nie bardzo było nas stać na pełne zatrudnienie administracji – wiele rzeczy robiliśmy sami.” – IDI_22

Dodatkowo eksperci wskazywali, że system refundacji kosztów szkolenia uczniów był niewystarczający, co zniechęcało rzemieślników do tworzenia miejsc pracy dla młodych.

„Koszty szkolenia ucznia były na poziomie 30–40% faktycznych kosztów ponoszonych przez pracodawcę.” – IDI_21

Technologie obniżające koszt produkcji

Równolegle przedsiębiorcy wdrażali **nowoczesne rozwiązania technologiczne**, które pozwalały im obniżyć koszty stałe i usprawniać procesy produkcyjne. W wielu przypadkach były to inwestycje o charakterze strategicznym – od fotowoltaiki i magazynów energii, przez automatyzację pracy, po narzędzia cyfrowe wspierające obsługę klienta i marketing. Technologie te nie tylko redukowały wydatki, ale także zwiększały wydajność i umożliwiały świadczenie usług na wyższym poziomie jakości.

Szczegółowe omówienie zastosowanych technologii, ich wpływu na koszty oraz przykłady wdrożeń w poszczególnych branżach przedstawiono w jednym z kolejnych rozdziałów.

PODSUMOWANIE RODZIAŁU

Model biznesowy świętokrzyskich rzemieślników opiera się na połączeniu tradycyjnych praktyk i stopniowej adaptacji do nowych realiów rynkowych. Fundamentem pozyskiwania klientów pozostaje „poczta pantoflowa”, która w usługach manualnych wciąż jest najbardziej wiarygodnym i najskuteczniejszym kanałem budowania popytu. Bezpośrednie polecenia, oparte na jakości pracy i relacji, tworzą stabilną bazę klientów i minimalizują konieczność inwestowania w kosztowny marketing. Jednocześnie rośnie znaczenie mediów społecznościowych, szczególnie w branżach wizualnych, gdzie Instagram i Facebook pełnią funkcję cyfrowego portfolio. Social media nie zastępują jednak relacji bezpośrednich — stanowią jedynie ich uzupełnienie, a nie alternatywę.

Rzemieślnicy świadomie budują swoje marki w segmencie premium, podkreślając jakość surowców, ręczną pracę i unikatowość produktów. W wielu branżach — od optyki po modniarstwo — pozycjonowanie premium jest nie tylko strategią, lecz koniecznością wynikającą z presji cenowej i konkurencji masowej. Wysoka cena pełni funkcję selekcyjną, przyciągając klientów świadomych wartości produktu i gotowych zapłacić za jakość. To pokazuje, że rzemiosło w regionie nie konkuruje ceną, lecz wartością dodaną i indywidualnym podejściem.

Zasięg działalności rzemieślników jest zróżnicowany. W branżach codziennych dominuje rynek lokalny, natomiast w zawodach niszowych i wysoko wyspecjalizowanych rzemieślnicy obsługują klientów z całego województwa, Polski, a nawet z zagranicy. W wielu przypadkach to właśnie niszowość i mistrzostwo wykonania otwierają dostęp do rynków ogólnopolskich i międzynarodowych. Jednocześnie część branż — zwłaszcza spożywczych — pozostaje z natury lokalna, co ogranicza ich możliwości skalowania, ale wzmacnia ich rolę w lokalnych społecznościach.

Współpraca między rzemieślnikami ma przede wszystkim charakter nieformalny. Sieci poleceń, współpraca międzybranżowa i wspólne projekty (np. w branżach kreatywnych) tworzą realną wartość biznesową. Natomiast formalne zrzeszenia — Cechy i Izby — są postrzegane jako mało użyteczne, niedostosowane do współczesnych potrzeb i obciążone biurokracją. Niski poziom zrzeszania przekłada się na słabą siłę negocjacyjną rzemieślników i ograniczoną zdolność wpływania na polityki publiczne. Ekspertki podkreślają, że to jeden z kluczowych czynników marginalizacji rzemiosła w procesach decyzyjnych.

W obliczu rosnących kosztów rzemieślnicy stosują przede wszystkim strategię stopniowego podnoszenia cen, często w sposób minimalny, aby nie obciążać klientów. Jednocześnie konsekwentnie odrzucają tańsze zamienniki surowców, uznając jakość za jedyny realny atut konkurencyjny. W wielu firmach wzrost kosztów pracy doprowadził do redukcji zatrudnienia i przejścia na model samozatrudnienia lub pracy rodzinnej. To zjawisko ogranicza możliwości rozwoju, zwiększa obciążenie właścicieli i pogłębia problem braku kadr.

Równolegle część rzemieślników inwestuje w technologie obniżające koszty — od fotowoltaiki po automatyzację procesów i narzędzia cyfrowe. Technologie te stają się kluczowym elementem utrzymania rentowności, ale ich wdrożenie wymaga kapitału, którego wiele mikrofirm nie posiada. Ekspertki podkreślają, że cyfryzacja jest nieunikniona, a brak adaptacji grozi wykluczeniem z rynku.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło w regionie funkcjonuje w modelu hybrydowym — łączy tradycyjne relacje i wartości z nowoczesnymi narzędziami i niszowym pozycjonowaniem. To sektor o dużym potencjale, ale jednocześnie silnie obciążony kosztami, niską skalowalnością i brakiem wsparcia instytucjonalnego. Aby rzemiosło mogło się rozwijać, potrzebne są działania wzmacniające jego odporność: wsparcie w cyfryzacji, programy obniżające koszty pracy, narzędzia wspierające współpracę i zrzeszanie oraz inicjatywy promujące niszowe specjalizacje. Bez takich interwencji rzemiosło będzie nadal rozwijać się nierównomiernie, a część zawodów — zwłaszcza niszowych — może stopniowo zanikać mimo rosnącego popytu na usługi wysokiej jakości.

PRESTIŻ ZAWODU I WARTOŚCI RZEMIEŚLNICZE

Pasja, pracowitość i etos pracy ręcznej

Dla badanych rzemiosło było przede wszystkim **pasją i sposobem życia**, a nie jedynie zawodem. Rzemieślnicy podkreślali, że ich praca opierała się na pokorze, cierpliwości i nieustannym doskonaleniu umiejętności. W ich narracjach rzemiosło jawiło się jako przestrzeń, w której można było tworzyć rzeczy unikatowe, nieseryjne i nacechowane osobistym zaangażowaniem.

„Bycie rzemieślnikiem to była ciężka praca i pokora, i tak w kółko.” – IDI_1

„W dzisiejszych czasach to było bycie osobą, która produkuje coś własnymi rękoma (...) coś wyjątkowego.” – IDI_12

Wartości takie jak rzetelność, uczciwość wobec klienta czy przywiązanie do lokalnych materiałów były traktowane jako fundament etosu rzemieślniczego. Wielu respondentów mówiło o patriotyzmie gospodarczym i potrzebie tworzenia „naszego, polskiego” produktu.

„Żeby to było takie nasze polskie przede wszystkim (...) nasz produkt, nasze polskie materiały.” – IDI_13

W opinii badanych **kluczem do sukcesu w rzemiośle** było połączenie determinacji i pracowitości z empatią oraz umiejętnością budowania relacji z klientem. Rzemieślnicy podkreślali, że talent nie wystarczał — potrzebna była odporność na stres, wytrwałość i gotowość do ciągłego uczenia się.

„Najważniejszą cechą była odporność na stres i absolutna wiara, że damy radę.” – IDI_15

„Wytrwałość była bardzo ważna, bo były wzloty i upadki.” – IDI_18

Wielu respondentów akcentowało również rolę empatii i „psychologicznego” podejścia do klienta — umiejętność słuchania, rozumienia potrzeb i budowania atmosfery zaufania.

„Trzeba było umieć porozmawiać z klientem, zrozumieć go, być cierpliwym i opanowanym.” – IDI_3

„Trzeba było być człowiekiem, psychologiem dobrym. Patrzeć na ludzi.” – IDI_4

Eksperti potwierdzali diagnozę rzemieślników, podkreślając, że **etos pracy ręcznej** pozostawał jednym z najważniejszych wyróżników sektora. Zwracali uwagę, że klienci wciąż darzyli szacunkiem umiejętność tworzenia rzeczy unikatowych, których nie dało się kupić w masowej sprzedaży.

„Etos pracy i uznanie dla rzemieślników było wciąż żywe. Bardzo szanowano umiejętność wykonywania czegoś własnoręcznie.” – IDI_21

Eksperti podkreślali również, że kwalifikacje rzemieślnicze — zwłaszcza stopień mistrza — miały realną wartość i były uznawane w całej Europie, co wzmacniało prestiż zawodu.

„Wartości takie jak mistrzostwo i rzetelność były wciąż żywe.” – IDI_22

Rzemieślnicy zgodnie podkreślali, że **tradycyjna solidność** wciąż miała swoje miejsce na rynku, choć stawiała się dobrem luksusowym, dostępnym głównie dla świadomych klientów. W dobie masowej produkcji i tanich zamienników z Chin, popyt na autentyczność i trwałość rósł, zwłaszcza w segmencie premium.

„Pacjenci zalani masową produkcją potrzebowali czegoś autentycznego i szukali czegoś innego dla siebie.” – IDI_12

„Nie wyobrażałam sobie sytuacji, w której coś robiło się byle jak, byle szybko.” – IDI_15

Jednocześnie rzemieślnicy zauważali, że wartości te zanikały w młodszych pokoleniach, które częściej szukały szybkiego zarobku i „drogi na skróty”.

„Dookoła było mnóstwo rzeczy, które traciły jakość, a dla rzemieślników była to podstawa, żeby ją utrzymać.” – IDI_7

Prestiż zawodu rzemieślnika

Zawód rzemieślnika cieszył się obecnie **realnym, choć selektywnym szacunkiem społecznym**, który najczęściej wyrażała świadoma grupa klientów doceniających unikatowość, jakość i ręczną pracę. Rzemieślnicy podkreślali, że uznanie to było widoczne w bezpośrednich reakcjach klientów, którzy okazywali wdzięczność za to, że ich warsztaty wciąż funkcjonowały mimo trudnych warunków rynkowych.

„Często miałam taką informację zwrotną od klientów: O, wspaniale, że pani jest!” – IDI_15

„Ludzie byli pełni euforii. To znaczy, że doceniali to, co robiłam.” – IDI_4

Szacunek ten wynikał z uznania dla fachu w rękę, personalizacji usług i autentyczności, której nie dawała produkcja masowa. Jednocześnie część rzemieślników zauważała, że uznanie to było ograniczone do wyselekcjonowanej grupy odbiorców, podczas gdy inni próbowali korzystać z ich kreatywności bez gotowości do zapłaty za czas i pracę.

„Przez wyselekcjonowane grono byliśmy doceniani, ale przez większość ludzi byliśmy trochę wyzyskiwani z naszych pomysłów.” – IDI_1

W ocenie większości badanych **prestż zawodów rzemieślniczych w ostatniej dekadzie wzrósł lub ustabilizował się**, co wiązało się z ich niszowością, rosnącym popytem na jakość oraz lepszą promocją w internecie. Rzemieślnicy podkreślali, że jest ich coraz mniej, co czyni ich bardziej poszukiwanymi specjalistami.

„Myślę, że prestiż wzrósł.” – IDI_10

„Jest nas mniej, więc wzrósł.” – IDI_14

Wzrost prestiżu był również efektem obecności rzemiosła w mediach społecznościowych i programach telewizyjnych, które przedstawiały je jako sztukę lub ciekawostkę.

„Coraz większą popularnością się cieszył i uznaniem.” – IDI_11

Jedynie nieliczni, głównie z zawodów mylonych z pracą fizyczną niewymagającą kwalifikacji, wskazywali na spadek prestiżu.

„Wydaje mi się, że spadł troszeczkę. Cieśla szalunkowy, a cieśla to nie to samo.” – IDI_6

Ekspert potwierdzali pozytywny trend w postrzeganiu rzemiosła, podkreślając, że **etos pracy rąk pozostawał żywy i szanowany**, a klienci doceniali możliwość zobaczenia procesu tworzenia na żywo.

„Etos pracy i uznanie dla rzemieślników było wciąż żywe.” – IDI_21

Ekspert podkreślali również, że prestiż rzemiosła budowały **formalnie potwierdzone kwalifikacje**, takie jak tytuł mistrza, uznawany w całej Europie i będący gwarancją jakości.

„Żeby być mistrzem, trzeba było mieć doświadczenie i wiedzieć, co się robi.” – IDI_22

Różnice międzypokoleniowe w postrzeganiu rzemiosła

Respondenci zgodnie wskazywali na **wyraźne różnice pokoleniowe** w podejściu do rzemiosła. Starsze pokolenia były postrzegane jako bardziej odpowiedzialne, rzetelne i przywiązane do tradycyjnego etosu pracy, opartego na relacji, dyskrecji i zaufaniu.

„Starsze pokolenia były bardziej odpowiedzialne, zawzięte.” – IDI_3

„Starsze bardziej szły w relację międzyludzką.” – IDI_7

Młodsze pokolenia rzemieślnicy oceniali ambiwalentnie. Z jednej strony narzekali na „słomiany zapał”, brak odporności na stres i chęć chodzenia na skróty.

„Młodzi... totalne dno. Nie mieli zielonego pojęcia o czymkolwiek.” – IDI_6

Z drugiej strony młodzi klienci byli grupą, która potrafiła docenić rzemiosło jako produkt luksusowy i wyróżniający — często inspirowani mediami społecznościowymi.

„Nawet młodzi, jak nie mieli pieniędzy, to składali, żeby zamówić kapelusz i czekali.” – IDI_13

„Młodzież bardziej docenia swoje i robi internet, pokazuje jak to wygląda.” – IDI_19

Eksperti również zwracali uwagę na paradoks: choć prestiż rzemiosła rósł w ostatnich latach, młodzież wciąż rzadko wybierała tę ścieżkę zawodową, kierując się w stronę „łatwiejszych” form zarobku promowanych w mediach.

„Młodzież nie wiedziała, jak atrakcyjne mogą być zawody rzemieślnicze.” – IDI_21

PRACOWNICY W ZAWODACH RZEMIEŚLNICZYCH

Profil idealnego pracownika w rzemiośle opierał się przede wszystkim na **cechach osobowościowych**, a nie na gotowych umiejętnościach technicznych. Rzemieślnicy podkreślali, że fach można było wypracować, ale charakteru, sumienności i lojalności nie dało się nauczyć żadnym kursem. Idealny pracownik to osoba utożsamiająca się z marką, dbająca o szczegóły i gotowa do ciągłego rozwoju.

„Idealny pracownik to pracownik zaangażowany, lojalny, który utożsamiał się z firmą.” – IDI_12

„Profesjonalizm, dbałość o szczegóły, rzetelność wykonywanej pracy.” – IDI_11

W branżach artystycznych, takich jak modniarstwo czy florystyka, dodatkowym warunkiem była estetyka i wyczucie piękna, bez których nie dało się utrzymać jakości produktu.

„Ta estetyka w wykonywaniu zawodu była bezwzględnie ważna.” – IDI_13

Deficyty kadrowe

Jednocześnie rzemieślnicy zgodnie podkreślali, że **znalezienie pracownika o odpowiednim podejściu było bardzo trudne**. Wskazywali na wyraźną przepaść pokoleniową: osoby po 30. roku życia były postrzegane jako bardziej odpowiedzialne i stabilne, podczas gdy młodszym zarzucano brak zaangażowania, lekkomyślność i niską odporność na stres.

„Ogromna przepaść między osobami po 30. roku życia a tymi po 20.” – IDI_1

„Zbyt swobodnie, zbyt lekkomyślnie ludzie podchodzili do pracy.” – IDI_11

Częstym problemem było również to, że młodzi przychodzili „podejrzeć” techniki, a następnie próbowali działać nieformalnie jako konkurencja.

„Miałem kilku uczniów... to był ciężki temat.” – IDI_17

Największym deficytem kandydatów nie były braki techniczne, lecz **braki w kompetencjach miękkich**: chęci do pracy, komunikacji, wytrwałości i realistycznej oceny własnych możliwości. Rzemieślnicy podkreślali, że techniki można było nauczyć każdego, kto miał „iskierkę talentu”, ale bez motywacji i pokory nie dało się funkcjonować w zawodzie.

„Umiejętności można było nabyć, natomiast chęć do pracy była najważniejsza.” – IDI_11

„To pokolenie było inne. Nie narobić się, wie pani.” – IDI_13

Wielu rzemieślników zwracało uwagę, że młodzi mieli wygórowane oczekiwania finansowe na starcie, nie oferując w zamian ani doświadczenia, ani rzetelności.

„Pracownik młody chciał mieć pensję jak ktoś, kto pracował 20 lat.” – IDI_19

W obliczu trudności kadrowych rzemieślnicy stosowali **strategie retencji oparte na relacjach i atmosferze**, traktując zatrzymanie dobrego pracownika jako inwestycję kluczową dla przetrwania firmy. Najczęściej stosowane narzędzia to: premie świąteczne, regularne podwyżki, finansowanie szkoleń oraz budowanie rodzinnej, niekorporacyjnej atmosfery.

„Staramy się, żeby atmosfera była jak najlepsza. Bony na zakupy, coś w tej formie.” – IDI_11

„Dostawali podwyżki, premie, prezenty świąteczne.” – IDI_2

Rzemieślnicy podkreślali również znaczenie wspólnych wyjazdów szkoleniowych i partnerskiego traktowania pracowników, co wzmacniało ich lojalność.

„Motywacja, wyjazdowe szkolenia, odpowiednie wynagrodzenie.” – IDI_5

Ekspert potwierdzali, że problemy kadrowe miały **głębokie, systemowe przyczyny**. Wskazywali na niezrozumienie pokoleniowe między mistrzami a młodocianymi, wynikające z różnic w sposobie uczenia się i funkcjonowania.

„Mieliśmy do czynienia z kwestią niezrozumienia pokoleniowego... neuroróżnorodność była zasadnicza.” – IDI_21

Ekspert zwracali również uwagę na kryzys szkolnictwa dualnego: niskie refundacje i niestabilne prawo zniechęcały przedsiębiorców do kształcenia uczniów, co pogłębiało deficyt kadr.

„Przedsiębiorca, który raz wyszedł z systemu dualnego, rzadko wracał.” – IDI_21

Z kolei mistrzowie podkreślali, że szkolenie ucznia wymagało ogromnej cierpliwości, ponieważ młodzi generowali straty i mieli zupełnie inne podejście niż dawniej.

„Dzisiaj dzieci miały zupełnie inne podejście niż dawniej. To generowało straty.” – IDI_22

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim opiera się na silnym etosie pracy ręcznej, który pozostaje jednym z najważniejszych wyróżników sektora. Dla większości rzemieślników ich działalność nie jest jedynie zawodem, lecz sposobem życia, wymagającym pasji, pokory, cierpliwości i nieustannego doskonalenia umiejętności. Wartości takie jak rzetelność, uczciwość wobec klienta, przywiązanie do jakości i lokalnych materiałów tworzą

fundament tożsamości zawodowej, który odróżnia rzemiosło od produkcji masowej. Jednocześnie rośnie znaczenie empatii i kompetencji relacyjnych — rzemieślnicy podkreślają, że współczesny fachowiec musi być nie tylko technikiem, lecz także doradcą i partnerem klienta.

Prestiż zawodów rzemieślniczych w ostatnich latach wzrósł lub ustabilizował się, szczególnie wśród świadomych klientów poszukujących jakości, autentyczności i usług personalizowanych. Rzemiosło staje się dobrem luksusowym, dostępnym dla odbiorców gotowych zapłacić za ręczną pracę i unikatowość. Jednocześnie prestiż ten ma charakter selektywny — docenia go wybrana grupa klientów, podczas gdy inni wciąż próbują korzystać z kreatywności rzemieślników bez adekwatnej gotowości do zapłaty. Eksperti podkreślają, że formalne kwalifikacje, takie jak tytuł mistrza, wzmacniają wiarygodność i są uznawane w całej Europie, co stanowi istotny kapitał sektora.

W rozdziale wyraźnie ujawniają się **różnice pokoleniowe**. Starsze pokolenia są postrzegane jako bardziej odpowiedzialne, rzetelne i przywiązane do tradycyjnego etosu pracy. Młodsze — jako mniej odporne na stres, bardziej skłonne do szukania szybkiego zarobku i mniej konsekwentne. Jednocześnie młodzi klienci coraz częściej doceniają rzemiosło jako produkt luksusowy, inspirowani mediami społecznościowymi i trendami na autentyczność. Eksperti zwracają uwagę na paradoks: prestiż rzemiosła rośnie, ale młodzież rzadko wybiera tę ścieżkę zawodową, co pogłębia kryzys sukcesji i deficyt kadr.

Największym wyzwaniem w obszarze zasobów ludzkich jest **trudność w pozyskaniu pracowników o odpowiednim podejściu**. Rzemieślnicy zgodnie podkreślają, że fach można wypracować, ale kluczowe są cechy osobowościowe: zaangażowanie, lojalność, sumienność, dbałość o szczegóły i gotowość do nauki. Deficyty dotyczą przede wszystkim kompetencji miękkich — chęci do pracy, komunikacji, wytrwałości i realistycznej oceny własnych możliwości. Młodzi kandydaci często mają wygórowane oczekiwania finansowe przy braku doświadczenia, a część z nich traktuje praktyki jako okazję do „podejrzenia” technik i późniejszego działania nieformalnego.

W obliczu trudności kadrowych rzemieślnicy stosują strategie retencji oparte na relacjach i atmosferze: premie, podwyżki, finansowanie szkoleń, partnerskie traktowanie pracowników i budowanie rodzinnego środowiska pracy. To działania skuteczne, ale wymagające zasobów, których wiele mikrofirm nie posiada. Eksperti podkreślają, że problemy kadrowe mają charakter systemowy — wynikają z kryzysu szkolnictwa dualnego, niskich refundacji, niestabilności prawa oraz braku wsparcia dla mistrzów szkolących uczniów.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło w regionie dysponuje silnym kapitałem kulturowym i zawodowym, ale jego przyszłość zależy od zdolności do odbudowy zasobów ludzkich. Wymaga to działań systemowych: wzmocnienia szkolnictwa dualnego, wsparcia mistrzów szkolących uczniów, promocji zawodów rzemieślniczych wśród młodzieży, budowania prestiżu kwalifikacji oraz tworzenia programów sukcesyjnych. Bez tych interwencji sektor będzie tracił pracowników, a wraz z nimi — kompetencje, które są nie do odtworzenia w warunkach masowej produkcji. Rzemiosło może być jednym z filarów lokalnej gospodarki, ale tylko wtedy, gdy instytucje publiczne pomogą utrzymać i rozwijać jego najcenniejszy zasób: ludzi i ich mistrzostwo.

4.5 NOWOCZESNE TECHNOLOGIE I INNOWACJE

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE W PRACY RZEMIEŚLNICZEJ

Wykorzystanie technologii

Rzemieślnicy wdrażali nowoczesne technologie w sposób **selektywny i dostosowany do specyfiki branży**, łącząc tradycyjne rzemiosło z rozwiązaniami, które realnie usprawniały pracę lub podnosiły jakość usług. W zawodach technicznych – takich jak stolarstwo czy dekarstwo – standardem stawały się maszyny CNC oraz

specjalistyczne programy do projektowania 3D, które umożliwiały precyzyjną prefabrykację elementów i skracały czas realizacji zleceń.

„Wykonywałem projektowanie więźb w Dietrich’s, a innowacją na przyszłość była maszyna CNC Hundegger.” – IDI_6

„Technologia weszła – mieliśmy maszynę CNC, maszyny sterowane komputerem.” – IDI_19

W branżach medyczo-technicznych (optyka, kosmetologia) technologie pełniły przede wszystkim funkcję **podnoszenia precyzji i jakości usług**. Nowoczesne foroptery, autorefraktometry, lasery czy urządzenia zabiegowe pozwalały na dokładniejsze pomiary, bardziej zaawansowane procedury i budowanie prestiżu salonu.

„Pracowaliśmy na najwyższej klasy foropterach i innowacyjnych maszynach do szlifowania szkła.” – IDI_12

„Nowoczesne technologie były nastawione na jak największą precyzję działania.” – IDI_14

W rzemiosłach artystycznych i usługowych technologie miały charakter **wspierający**, a nie produkcyjny. Modystki korzystały z druku 3D do tworzenia form, floryści – z mediów społecznościowych i AI do promocji, a branża beauty – z systemów rezerwacji online.

„Wykorzystywaliśmy sztuczną inteligencję, bo pomagała przy prowadzeniu mediów społecznościowych.” – IDI_11

Jednocześnie część zawodów – jak parasolnictwo – pozostawała niemal w pełni analogowa, oparta na tradycyjnych narzędziach i ręcznej precyzji.

Rzemieślnicy podkreślali, że technologie pełniły **podwójną rolę**: zwiększały precyzję oraz skracały czas pracy, co przekładało się na większe moce przerobowe zakładu. W optyce i kosmetologii urządzenia high-tech umożliwiały dokładniejsze pomiary i bardziej zaawansowane zabiegi, co budowało zaufanie klientów.

„Podniesienie precyzji i skrócenie czasu pracy pozwoliło zwiększyć liczbę wykonanych okularów w ciągu dnia.” – IDI_12

W branżach produkcyjnych automatyzacja odciążała pracowników i przyspieszała procesy, zastępując najbardziej mozolne czynności manualne.

„Maszyny przyspieszały pracę i było lżej pracownikom.” – IDI_2

„Dwie minuty i miałem gotowe – szło się dalej.” – IDI_17

Technologia nie zastępowała jednak rzemieślnika – była narzędziem, które czyniło pracę bardziej efektywną, ale nie eliminowało roli „siły żywej”.

Technologie obniżające koszt produkcji

Nowoczesne technologie wdrażane przez rzemieślników pełniły przede wszystkim funkcję **obniżania kosztów stałych oraz usprawniania procesów produkcyjnych**, co w warunkach rosnących cen energii i presji inflacyjnej stawało się koniecznością. Najczęściej wskazywanym rozwiązaniem były odnawialne źródła energii, zwłaszcza fotowoltaika i magazyny energii, które pozwalały ograniczyć „zabijające” rachunki za prąd i ustabilizować koszty prowadzenia działalności.

„Zabezpieczyłem się troszeczkę, bo założyłem fotowoltaikę, magazyny energii i rzeczywiście w te 8 miesięcy roku mogliśmy trochę zaoszczędzić.” – IDI_19

Drugim kluczowym obszarem były **maszyny sterowane komputerowo i automatyzacja**, które znacząco przyspieszały pracę i odciążały pracowników fizycznych. W stolarstwie wykorzystywano precyzyjne wiertarki, piły i okleiniarki, które skracaly czas realizacji zamówień i poprawiały jakość obróbki.

„Miałem wiertarkę wielozadaniową, piłę, okleiniarkę (...) wiertarka była precyzyjną maszyną, która bardzo przyspieszała produkcję.” – IDI_17

W branży piekarniczo-cukierniczej automatyzacja dotyczyła przede wszystkim procesów formowania ciasta, co pozwalało zastąpić najbardziej czasochłonne czynności i odciążyć pracowników.

„Maszynę zakupiliśmy pracownikom, żeby rękami tyle ciast nie wyrabiali. (...) wrzucało się ciasto i gotowe wylatywały bułeczki.” – IDI_2

W optyce nowoczesne automaty do szlifowania szkieł skracaly czas obróbki i umożliwiały realizację większej liczby zamówień w ciągu dnia.

„Te pierwsze maszyny szlifowały szkła znacznie dłużej niż te, które mieliśmy aktualnie – to pozwoliło zwiększyć ilość wykonanych okularów.” – IDI_12

Coraz większą rolę odgrywały również **narzędzia cyfrowe i technologie projektowe**, które wspierały precyzję i personalizację usług. W stolarstwie i dekarstwie wykorzystywano zaawansowane programy 3D umożliwiające prefabrykację elementów konstrukcyjnych, co skracalo czas montażu na budowie i minimalizowało ryzyko błędów. W modniarstwie druk 3D pozwalał na samodzielne tworzenie unikatowych form, co obniżało koszty i zwiększało elastyczność produkcji.

„Moi koledzy z branży mieli drukarki 3D i mogli wydrukować dowolną formę, którą sobie zaprojektowali.” – IDI_16

W branżach usługowych rzemieślnicy korzystali z systemów rezerwacji online, które usprawniały obsługę klienta, oraz z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, wspierających prowadzenie mediów społecznościowych. W florystyce pojawiały się także kwiatomaty, umożliwiające sprzedaż 24/7 bez konieczności zatrudniania dodatkowego personelu. Dodatkowe oszczędności wynikały tu z kreatywnego pozyskiwania materiałów, np. z naturalnych zasobów.

„Można było wyjść na tąkę i zerwać piękną zieleń – to też była przyszłość zawodu.” – IDI_9

W usługach beauty i fryzjerskich oszczędności dotyczyły głównie czasu pracy i ograniczenia zbędnych zakupów produktów.

„Odkąd miałam bazę sprawdzonych produktów, nie testowałam nadmiernie – koszty udało mi się ograniczyć.” – IDI_18

„Skróciłem 10 minut na 8 – dwie minuty na głowie można było zaoszczędzić.” – IDI_20

Źródła wiedzy o nowinkach technologicznych

Głównym źródłem wiedzy o innowacjach były **media społecznościowe, targi branżowe i szkolenia wyjazdowe**. Rzemieślnicy aktywnie śledzili nowinki na Instagramie, PubMedie, podczas targów w Essen czy Poznaniu oraz na szkoleniach organizowanych przez dystrybutorów sprzętu.

„Warsztaty, pokazy, kursy, szkolenia, media społecznościowe, targi ogrodnicze.” – IDI_9

„Najwięcej z internetu i szkoleń w dobrej akademii.” – IDI_10

Największą barierą pozostawały jednak **koszty inwestycji**, które dla mikrofirm były często nieosiągalne bez dotacji.

„Laser potrafił kosztować pół miliona.” – IDI_14

„Finansowo to wszystko bardzo dużo kosztowało.” – IDI_19

POSTRZEGANIE AUTOMATYZACJI I TECHNOLOGII W RZEMIOŚLE

Rzemieślnicy postrzegali automatyzację i technologie cyfrowe w sposób **głęboko ambiwalentny**. Z jednej strony widzieli w nich realne ułatwienie pracy, szansę na rozwój i możliwość świadczenia usług na wyższym poziomie technicznym. Z drugiej – obawiali się, że nadmierna mechanizacja prowadzi do utraty unikatowości, masowości i „bylejakości”, które stoją w sprzeczności z etosem tradycyjnego fachu. Najbardziej krytyczne były branże o silnym komponente artystycznym i manualnym, takie jak modniarstwo, groomerstwo czy rzemiosła budowlane.

„Dla tradycyjnego rzemiosła będą zagrożeniem. Pewnych rzeczy nie da się zastąpić.” – IDI_11

„Automatyzacja to zagrożenie... ja tego nie chcę robić, bo to są pojedyncze sztuki, a nie masówka.” – IDI_13

Jednocześnie przedstawiciele branż medyczno-technicznych – optycy, kosmetolodzy, specjaliści beauty – widzieli w technologiach cyfrowych **szansę na podniesienie precyzji i jakości usług**, bez konieczności rezygnowania z rzemieślniczego charakteru pracy.

„Uważam, że jest to dla nas duża szansa, ale na szczęście nie jest to zagrożeniem.” – IDI_12

„Nowoczesne rzemiosło” - rzemiosło, czy już produkcja przemysłowa?

W wypowiedziach rzemieślników wyraźnie rysowała się **granica między nowoczesnym rzemiosłem a produkcją przemysłową**. Przebiegała ona w momencie, gdy dominacja mechaniki prowadziła do utraty unikatowości produktu i konieczności pracy w dużej skali, aby technologia była opłacalna.

„Jeżeli to już wszystko idzie w mechanikę, to nie jest to, o czym mówimy.” – IDI_1

„Nowoczesne rzemiosło to raczej już nie rzemiosło, tylko produkcja przemysłowa.” – IDI_13

Część rzemieślników dopuszczała użycie nowoczesnych narzędzi, o ile zachowany był „sznyt” i manualna obróbka detali – czyli elementy, które odróżniały ich pracę od masówki.

„Technologia produktu jest stara, ale wykonana nowoczesnymi narzędziami... powierzchnia jest taka jak ręczna.” – IDI_19

Ekspertcy precyzyjnie definiowali granice rzemiosła, wskazując, że **eliminacja człowieka z procesu jest momentem, w którym rzemiosło przestaje istnieć**. Technologia była akceptowalna tylko wtedy, gdy wspierała rzemieślnika, a nie zastępowała go.

„Granica to eliminowanie siły żywej... automat nie może zastąpić człowieka w 100 procentach.” – IDI_21

Ekspertcy zwracali uwagę na dualizm technologiczny: rzemieślnicy nie tworzą innowacji, ale sprawnie adoptują te, które pojawiają się na rynku – zwłaszcza nowoczesne materiały. Jednocześnie podkreślali, że w tradycyjnych zawodach, takich jak piekarstwo, cyfryzacja jest nieprzystawalna do natury pracy.

„Cyfryzacja nie jest nam do niczego potrzebna... dawniej robiliśmy to ręcznie dużo szybciej.” – IDI_22

Eksperti podkreślali również, że różnica między rzemiosłem a przemysłem tkwi w **celu działania**: rzemieślnik dąży do jakości, a przemysł – do maksymalizacji zysku.

„Rzemieślnik chce sprzedać produkt dobrej jakości, a duże firmy robią jak najwięcej, żeby jak najwięcej zarobić.” – IDI_22

Respondenci byli zgodni, że **maszyna nie jest w stanie zastąpić pracy ludzkich rąk**, ponieważ brakuje jej kreatywności, empatii i zdolności reagowania na niestandardowe sytuacje. Rzemiosło opierało się na indywidualnym podejściu do klienta i materiału, a także na umiejętności improwizacji i twórczego rozwiązywania problemów.

„Trzeba reagować z kreatywności, z potrzeby chwili – nie da się tego wszystkiego zaplanować.” – IDI_1

„Każda osoba jest inna... nie jesteśmy w stanie odtworzyć jednego do jednego.” – IDI_10

Rzemieślnicy podkreślali, że nawet najbardziej zaawansowane urządzenia wymagają człowieka, który dobierze parametry, oceni jakość i nada produktowi „serce”.

„Proceduralnie maszyna jest standardowa, ale niestandardowe rzeczy to tylko człowiek.” – IDI_19

BARIERY UTRUDNIAJĄCE INNOWACJE

Najczęściej wskazywaną barierą we wdrażaniu innowacji były **koszty inwestycyjne**, które w przypadku mikroprzedsiębiorstw rzemieślniczych przekraczały realne możliwości finansowe. Rzemieślnicy podkreślali, że nie brakuje im chęci ani otwartości na nowe rozwiązania, lecz ceny specjalistycznych urządzeń – od laserów kosmetycznych, przez maszyny CNC, po profesjonalne piły stolarskie – liczone były w setkach tysięcy, a nawet milionach złotych. Przy obecnych marżach, obciążeniach podatkowych i niestabilności rynku inwestycje tego typu były możliwe jedynie przy wsparciu zewnętrznym, takim jak dotacje, leasing czy kredyty.

„Laser potrafił kosztować pół miliona – trzeba mieć kredyt albo dofinansowanie.” – IDI_14

„Maszyna jedna kosztowała kilka milionów... a CNC pół miliona.” – IDI_17

„Finansowo to wszystko bardzo dużo kosztowało.” – IDI_19

Drugą istotną barierą był **brak czasu na naukę obsługi nowych urządzeń** oraz bariery mentalne związane z obawą przed zmianą. Rzemieślnicy prowadzili swoje warsztaty samodzielnie, łącząc produkcję, obsługę klienta i obowiązki administracyjne, co sprawiało, że trudno było wygospodarować czas na szkolenia czy testowanie nowych technologii.

„Czasem tego czasu brakowało, żeby się doszkolić.” – IDI_18

„Brak czasu na naukę obsługi... robiłem to w soboty, niedziele, późnymi godzinami.” – IDI_6

Część rzemieślników wskazywała również na **barierę mentalną** – niechęć do zmian, lęk przed technologią lub przekonanie, że automatyzacja może zdominować rzemieślniczy charakter pracy.

„Barierą był sposób myślenia, otwartość na takie rzeczy.” – IDI_20

Trzecią barierą był **brak dostępnej i widocznej oferty szkoleniowej w regionie**, szczególnie w zakresie nowoczesnych technologii. Rzemieślnicy deklarowali, że nie słyszeli o lokalnych szkoleniach dotyczących obsługi innowacyjnych urządzeń, a wiedzę zdobywali głównie samodzielnie – poprzez internet, targi branżowe lub szkolenia organizowane przez dystrybutorów sprzętu.

„W naszym regionie raczej nie było takich szkoleń.” – IDI_12

„Nigdy nie słyszałam, żeby ktoś tu robił szkolenia typowo dla kosmetyków.” – IDI_14

„Tylko firmowe, takiego czegoś nie słyszałem.” – IDI_17

Region był postrzegany jako niszowy, oferujący szkolenia ogólne, ale nie specjalistyczne, co zmuszało rzemieślników do wyjazdów do Warszawy, Poznania czy za granicę.

Ekspert potwierdzali, że **systemowy transfer innowacji do rzemiosła był zablokowany** przez bariery finansowe, organizacyjne i edukacyjne. Wskazywali, że regionalne ośrodki naukowe nie inwestowały w technologie dla mikrofirm, ponieważ skala tych zakładów była zbyt mała, by było to opłacalne.

„Bariera to przede wszystkim pieniądze – nie było ścieżki transferu technologii do zakładów rzemieślniczych.” – IDI_21

Ekspert zwracali również uwagę, że cyfryzacja narzucana odgórnie (np. KSeF) była postrzegana przez rzemieślników jako koszt i obciążenie, a nie wsparcie.

„Cyfryzacja narażała nas na koszty zakupu komputerów, programów.” – IDI_22

Dodatkowo wskazywano na paradoks edukacyjny: centra kształcenia zawodowego dysponowały najnowocześniejszym sprzętem, ale lokalnych rzemieślników nie było stać na jego zakup, przez co uczniowie byli de facto przygotowywani do pracy poza regionem.

„Przedsiębiorcy nie byli na poziomie high level, jeśli chodzi o wyposażenie zakładów.” – IDI_21

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Rzemiosło w województwie świętokrzyskim znajduje się w fazie selektywnej modernizacji: rzemieślnicy wdrażają technologie tam, gdzie realnie usprawniają one pracę, obniżają koszty lub podnoszą jakość usług, ale jednocześnie bronią rdzenia swojej tożsamości zawodowej opartej na manualności, indywidualnym podejściu i unikatowości. Modernizacja nie ma charakteru masowego — jest pragmatyczna, ostrożna i silnie zależna od specyfiki branży.

W zawodach technicznych technologie stały się standardem. Maszyny CNC, programy do projektowania 3D i automatyzacja procesów produkcyjnych zwiększają precyzję, skracają czas pracy i odciążają pracowników fizycznych. W branżach medyczno-technicznych nowoczesne urządzenia podnoszą jakość usług i budują prestiż zakładu. W rzemiosłach artystycznych i usługowych technologie pełnią funkcję wspierającą — druk 3D, systemy rezerwacji online, narzędzia AI do promocji — ale nie zastępują pracy ręcznej. Część zawodów pozostaje niemal w pełni analogowa, co wynika z natury ich procesu twórczego.

Technologie pełnią również kluczową rolę w obniżaniu kosztów działalności. W warunkach rosnących cen energii i presji inflacyjnej rzemieślnicy inwestują w fotowoltaikę, magazyny energii, automatyzację i narzędzia cyfrowe, które stabilizują koszty i zwiększają efektywność. W wielu branżach to właśnie technologie pozwalają utrzymać rentowność mimo rosnących obciążeń fiskalnych i kosztów pracy. Jednocześnie rzemieślnicy podkreślają, że technologia nie zastępuje człowieka — jest narzędziem, które wspiera, ale nie eliminuje roli „siły żywej”.

W rozdziale wyraźnie ujawnia się **ambiwalentny stosunek do automatyzacji**. Rzemieślnicy dostrzegają jej korzyści, ale obawiają się utraty unikatowości i masowości, które stoją w sprzeczności z etosem tradycyjnego fachu. Granica między nowoczesnym rzemiosłem a produkcją przemysłową przebiega tam, gdzie technologia zaczyna dominować nad manualnością i wymusza skalę produkcji niezgodną z charakterem pracy rzemieślniczej. Eksperti podkreślają, że eliminacja człowieka z procesu jest momentem, w którym rzemiosło przestaje istnieć — technologia jest akceptowalna tylko wtedy, gdy wspiera rzemieślnika, a nie zastępuje go.

Największą barierą we wdrażaniu innowacji są koszty inwestycyjne, które dla mikrofirm są często nieosiągalne bez dotacji lub kredytów. Wysokie ceny urządzeń — od laserów kosmetycznych po maszyny CNC — sprawiają, że rzemieślnicy wdrażają technologie stopniowo i wybiórczo. Drugą barierą jest brak czasu na naukę obsługi nowych narzędzi — właściciele mikrofirm łączą produkcję, obsługę klienta i administrację, co ogranicza ich możliwości szkoleniowe. Trzecią barierą jest brak dostępnej, specjalistycznej oferty szkoleniowej w regionie — rzemieślnicy zdobywają wiedzę głównie samodzielnie, poprzez internet, targi branżowe i szkolenia organizowane przez dystrybutorów sprzętu.

Eksperti potwierdzają, że systemowy transfer innowacji do rzemiosła jest zablokowany przez bariery finansowe, organizacyjne i edukacyjne. Regionalne instytucje nie oferują rozwiązań technologicznych dostosowanych do skali mikrofirm, a cyfryzacja narzucana odgórnie jest postrzegana jako koszt, a nie wsparcie. Paradoksalnie, centra kształcenia zawodowego dysponują sprzętem bardziej zaawansowanym niż większość lokalnych zakładów, co prowadzi do sytuacji, w której uczniowie są przygotowywani do pracy poza regionem.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło w regionie nie jest przeciwnikiem technologii — jest jej pragmatycznym użytkownikiem. Aby sektor mógł się rozwijać, potrzebne są działania, które obniżą bariery wejścia: programy dotacyjne na technologie, regionalne centra demonstracyjne, specjalistyczne szkolenia, wsparcie w cyfryzacji i narzędzia ułatwiające adaptację innowacji do skali mikrofirm. Rzemiosło może być nowoczesne, ale tylko wtedy, gdy technologia pozostaje narzędziem w rękach człowieka, a nie jego substytutem. Region ma potencjał, by rozwijać model „nowoczesnego rzemiosła”, ale wymaga to systemowego wsparcia, które połączy tradycję z innowacją w sposób zgodny z tożsamością sektora.

4.6 KSZTAŁCENIE MŁODOCIANYCH PRACOWNIKÓW

DOŚWIADCZENIE W NAUCZANIU

Motywacje do przyjmowania uczniów

Rzemieślnicy przyjmowali uczniów z bardzo zróżnicowanych powodów – od chęci wykształcenia przyszłej kadry, przez „odruch serca”, aż po poczucie misji ratowania zawodu. W branżach o dużej rotacji, takich jak piekarstwo, cukiernictwo czy fryzjerstwo, praktykanci byli traktowani jako potencjalni przyszli pracownicy, których można było ukształtować zgodnie z własnymi standardami jakości.

„Jak wyuczę przez 3 lata, to on jest dla mnie naprawdę pracownikiem.” – IDI_4

W innych zawodach (np. stolarstwo) motywacją była empatia i odpowiedzialność za młodzież, zwłaszcza gdy inne zakłady odmawiały przyjęcia uczniów.

„Może to dziwnie zabrzmieć, z dobroci serca... bo inni nie chcą brać.” – IDI_19

Część rzemieślników traktowała przyjmowanie uczniów jako formę wsparcia młodych ludzi w wejściu na rynek pracy.

„Chęć pomocy bardziej.” – IDI_12

Jednocześnie nie wszyscy zdecydowali się na kształcenie – powodem były trudności komunikacyjne z młodzieżą, brak uprawnień mistrzowskich lub specyfika zawodu (np. praca ze zwierzętami).

„Miałam dwie praktykantki... mówiłam do ściany.” – IDI_10

Satysfakcja z roli mistrza

Największą satysfakcję rzemieślnikom dawał **widoczny progres ucznia** – moment, w którym młody człowiek zaczynał samodzielnie stosować przekazaną wiedzę i wykazywał autentyczne zainteresowanie zawodem.

„Satysfakcja? Że uczeń chce się uczyć i pochłania wiedzę.” – IDI_19

Rzemieślnicy podkreślali, że sukcesy uczniów – wygrane konkursy, zdane egzaminy, udział w projektach artystycznych – były dla nich osobistą nagrodą i potwierdzeniem sensu pracy.

„Największa nagroda – patrzeć, jak ktoś odnosi sukces dzięki mojej pracy.” – IDI_5

Eksperti podkreślali, że ta satysfakcja jest realna, ale okupiona ogromną cierpliwością i stratami materiałowymi, które ponosi mistrz.

„Dzisiejsza młodzież ma inne podejście... to generuje straty.” – IDI_22

Sukcesy w szkoleniu uczniów – od wyników zawodowych po efekty terapeutyczne

Rzemieślnicy podkreślali, że sukcesy w szkoleniu uczniów mają **podwójny wymiar**: zawodowy i głęboko ludzki. Z jednej strony są to wymierne osiągnięcia – wysokie lokaty w konkursach, zdane egzaminy, absolwenci prowadzący własne firmy czy pracujący przy dużych projektach artystycznych.

„Największa nagroda – patrzeć, jak ktoś odnosi sukces dzięki mojej pracy.” – IDI_5

Z drugiej strony, wielu mistrzów wskazywało na **wymiar terapeutyczny** pracy z młodzieżą. Szczególnie poruszająca była historia uczennicy z domu dziecka, którą mistrzyni z branży cukierniczej „wyprowadziła na prostą”, doprowadzając do egzaminu i pomagając jej odzyskać stabilność życiową.

Eksperti potwierdzali, że rzemiosło pełni funkcję wychowawczą i społeczną – jest przestrzenią, w której młodzi ludzie mogą odnaleźć sens, strukturę i poczucie sprawczości. Jednocześnie zwracali uwagę, że te sukcesy są okupione ogromnym nakładem pracy mistrza i brakiem systemowych narzędzi wspierających tę rolę.

Losy absolwentów

Losy absolwentów były bardzo zróżnicowane. W zawodach niszowych i wysoko specjalistycznych, takich jak optyka czy cukiernictwo, retencja była wysoka – nawet 40% uczniów zostawało w firmie na lata, a niektórzy pracowali aż do emerytury.

„Z uczniów mam 40 procent pracowników... jedna idzie teraz na emeryturę.” – IDI_4

W branżach wymagających dużego wysiłku fizycznego – piekarstwie, stolarstwie – dominował jednak **odpływ kadr**. Wielu młodych rezygnowało tuż po egzaminie, wybierając inne branże lub emigrację zarobkową.

„Rezygnują, bo chcą zarabiać i wyjeżdżają za granicę.” – IDI_19

Popularna była zasada „2/10”: tylko dwóch na dziesięciu uczniów zostaje w zawodzie lub otwiera własny zakład.

„Zasada 20/80 – 2 na 10 może zostać.” – IDI_20

Eksperti doprecyzowywali, że problem ma charakter systemowy. Nowoczesne Centra Kształcenia Zawodowego szkolą uczniów na poziomie technologicznym, którego lokalne warsztaty nie są w stanie zapewnić, co prowadzi do „edukacji na eksport”.

„CKZ będzie produkowało uczniów nie na potrzeby lokalnego rynku, tylko do emigracji.” – IDI_21

Dodatkowo wskazywali na **kryzys sukcesji rodzinnej** – dzieci rzemieślników coraz częściej odmawiają przejęcia zakładu, co przyspiesza wymieranie lokalnych fachów.

Przyczyny rezygnacji młodych

Rzemieślnicy wskazywali, że młodzi ludzie rezygnują z rzemiosła przede wszystkim z powodu **trudnych warunków pracy**: nocnych zmian, weekendów, dużego wysiłku fizycznego i presji czasowej.

„Nie chcą pracować popołudniami, nockami, w niedzielę... nie jest to lekka praca.” – IDI_2

Drugą barierą były **niskie płace na starcie** – młodzi oczekiwali wynagrodzeń porównywalnych z tymi, które otrzymują fachowcy z 20-letnim stażem.

„Chce mieć pensję jak pracownik z 20-letnim doświadczeniem... a chłopie, ty zaczynasz robotę.” – IDI_19

Trzecim czynnikiem była **zmiana mentalności**: brak wytrwałości, szybkie poddawanie się, poszukiwanie „drogi na skróty”.

„Młodym jest w domu za dobrze... nie mają pazura, żeby zawańczyć.” – IDI_4

Eksperti potwierdzali, że młodzież często wybiera łatwiejsze ścieżki zawodowe, a rzemiosło wymaga cierpliwości, której brakuje w kulturze natychmiastowej gratyfikacji.

„Młodzi wolą iść na skróty, gdzie się więcej zarabia, nie wkładając tyle wysiłku.” – IDI_22

Podkreślali również, że brak systemowych zachęt finansowych dla młodych rzemieślników (np. premii startowych) sprawia, że zawód przegrywa konkurencję z etatem.

„Przydałoby się narzędzie jak dla młodego rolnika – wsparcie finansowe na start.” – IDI_21

Aspekty formalne nauczania zawodu

Rzemieślnicy bardzo różnie oceniali formalności związane z przyjmowaniem uczniów. W branżach usługowych (beauty, florystyka) procedury były postrzegane jako proste, a szkoły zapewniały wsparcie administracyjne.

„To standardowa procedura, podobna jak przy zatrudnianiu pracownika.” – IDI_10

W branżach produkcyjnych dominowało jednak poczucie chaosu i niedofinansowania. Największym problemem były opóźnienia w refundacjach oraz fakt, że zwrot kosztów nie pokrywał realnych wydatków na materiały, czas mistrza i ryzyko uszkodzenia sprzętu.

„Przyjęłam 5 uczniów... 7 miesięcy nie dostałam refundacji.” – IDI_4

„Uczeń jedną decyzją może narobić szkód na kilkanaście tysięcy.” – IDI_19

Eksperti potwierdzali, że system szkolnictwa dualnego jest niedofinansowany i nieatrakcyjny dla przedsiębiorców.

„Przedsiębiorca, który raz wyszedł z systemu, rzadko wraca.” – IDI_21

PRZYGOTOWANIE MŁODZIEŻY DO PRACY W RZEMIOŚLE

Niewystarczające i głównie teoretyczne przygotowanie młodzieży do pracy

Rzemieślnicy bardzo krytycznie oceniali poziom przygotowania młodzieży, która trafia do ich warsztatów. W ich opinii szkoły branżowe przekazują przede wszystkim wiedzę teoretyczną, często w oderwaniu od realiów pracy i bez dostępu do nowoczesnych materiałów czy sprzętu. W wielu branżach – zwłaszcza usługowych, takich jak fryzjerstwo – uczniowie ćwiczą głównie na manekinach, co nie przygotowuje ich do pracy z żywym klientem, jego indywidualnymi potrzebami i nieprzewidywalnością. Rzemieślnicy podkreślali, że prawdziwa nauka zaczyna się dopiero w warsztacie, gdzie młodzi ludzie muszą być uczeni wszystkiego od podstaw, często „od zera”, niezależnie od tego, ile lat spędzili w szkole.

„Nie no, jest dramatyczna. Nie ma w ogóle nastawienia, które pozwalałoby przyjąć kogoś do pracy bez problemu.” – IDI_1

„W szkole uczą podstaw, a dalej to już praktyka.” – IDI_10

Eksperti potwierdzali tę diagnozę, wskazując, że problem nie wynika wyłącznie z jakości programów, ale z ich niedopasowania do lokalnego rynku. Paradoxs polega na tym, że nowoczesne Centra Kształcenia Zawodowego są świetnie wyposażone, lecz szkołą uczniów na poziomie technologicznym, którego lokalne warsztaty nie są w stanie zapewnić. W efekcie młodzi ludzie, zamiast zasilać świętokrzyskie rzemiosło, wyjeżdżają do większych ośrodków lub za granicę.

Najbardziej dotkliwe braki dotyczą **wiedzy merytorycznej specyficznej dla branży oraz trudności w przekładaniu nauk ścisłych na praktykę**. Rzemieślnicy wskazywali na bardzo konkretne luki w wiedzy uczniów, które utrudniają im wejście do zawodu. We florystyce „największym grzechem” jest nieznanomość roślin – ich nazw, wymagań, sezonowości. W branży beauty i kosmetologii młodzi ludzie mają braki w anatomii, fizjologii, a także w chemii i matematyce, które są niezbędne np. przy koloryzacji czy pracy z preparatami. W optyce problemem jest brak kontaktu z nowoczesnymi technologiami, których szkoły nie są w stanie zakupić. Rzemieślnicy zauważali również, że uczniowie mają trudność z zapamiętywaniem podstaw i nie wykazują inicjatywy w pogłębianiu wiedzy poza minimum wymaganym do zaliczenia.

„Największym grzechem florysty jest nieznanomość roślin.” – IDI_9

„Braki wiedzy anatomicznej, chęć pójścia na łatwiznę.” – IDI_3

„Jeśli ktoś nie jest dobry z matematyki czy chemii, będzie miał trudności w pracy.” – IDI_5

Eksperti dodawali, że te braki są w dużej mierze konsekwencją systemowego niedopasowania edukacji do realiów pracy. Szkoły nie mają środków na zakup sprzętu, na którym pracują współczesne zakłady, a nauczyciele często nie nadążają za zmianami technologicznymi. W efekcie młodzież trafia do warsztatów z wiedzą fragmentaryczną i niepraktyczną, co obciąża mistrzów koniecznością ponownego szkolenia.

Ambiwalentna ocena programów nauczania

Oceny programów nauczania były bardzo zróżnicowane i zależały od branży. W zawodach takich jak optyka czy kosmetologia część rzemieślników uważała, że programy są aktualizowane i nadążają za zmianami, a szkoły starają się wprowadzać nowe treści.

„W moim tak, bo było uaktualnienie przedmiotów.” – IDI_14

Jednak w wielu innych branżach – zwłaszcza florystyce, stolarstwie czy zawodach technicznych – programy były oceniane jako przestarzałe, nieaktualizowane i prowadzone przez nauczycieli „starszej daty”, którzy nie znają współczesnych trendów ani technologii. Rzemieślnicy podkreślali, że szkoły nie mają środków na zakup

nowoczesnych urządzeń, co sprawia, że uczniowie uczą się na sprzęcie, który nie ma nic wspólnego z realiami pracy w zakładach.

„Jest bardzo dużo przestarzałych programów... nauczyciele starszej daty.” – IDI_1

„Nie nadążają, nie ma kto uczyć.” – IDI_19

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Kształcenie młodocianych pracowników w świętokrzyskim rzemiośle ujawnia złożony i głęboko ambiwalentny obraz: z jednej strony rzemieślnicy pełnią realną funkcję edukacyjną, wychowawczą i społeczną, z drugiej — system szkolnictwa dualnego jest niedopasowany do ich potrzeb, niedofinansowany i obciążający. Mistrzowie przyjmują uczniów z różnych motywacji: chęci wykształcenia przyszłej kadry, poczucia odpowiedzialności za młodzież, potrzeby ratowania zawodu czy zwykłej empatii. W wielu przypadkach rola mistrza wykracza daleko poza naukę techniczną i obejmuje wsparcie psychologiczne, wychowawcze i społeczne. To pokazuje, że rzemiosło pełni funkcję, której nie zastąpi żadna instytucja edukacyjna.

Satysfakcja z kształcenia młodych jest realna, ale okupiona ogromnym nakładem pracy, stratami materiałowymi i koniecznością ciągłego nadzoru. Rzemieślnicy podkreślają, że największą nagrodą jest widoczny progres ucznia, jego sukcesy zawodowe, a czasem także poprawa funkcjonowania społecznego. Jednocześnie losy absolwentów są bardzo zróżnicowane: w zawodach niszowych i specjalistycznych retencja jest wysoka, natomiast w branżach wymagających dużego wysiłku fizycznego dominuje odpływ kadr. W wielu zawodach obowiązuje zasada „2 na 10” — tylko niewielka część uczniów zostaje w branży lub otwiera własny zakład. Eksperci podkreślają, że nowoczesne centra kształcenia zawodowego przygotowują młodzież do pracy na sprzęcie, którego lokalne zakłady nie posiadają, co prowadzi do „edukacji na eksport” i pogłębia kryzys sukcesji.

Najważniejszym problemem jest **niski poziom przygotowania młodzieży**, wynikający z teoretycznego charakteru edukacji, braku kontaktu z realnymi warunkami pracy i niedopasowania programów do potrzeb rynku. Uczniowie trafiają do warsztatów z fragmentaryczną wiedzą, często bez podstawowych umiejętności praktycznych. W wielu branżach — od florystyki po kosmetologię — braki dotyczą kluczowych kompetencji: znajomości materiałów, anatomii, chemii, matematyki czy obsługi nowoczesnych urządzeń. Rzemieślnicy podkreślają, że prawdziwa nauka zaczyna się dopiero w zakładzie, co obciąża mistrzów koniecznością szkolenia „od zera”.

Ocena programów nauczania jest ambiwalentna. W niektórych branżach szkoły starają się aktualizować treści, ale w wielu zawodach programy są przestarzałe, prowadzone przez nauczycieli „starszej daty” i oderwane od współczesnych technologii. Brakuje sprzętu, na którym pracują zakłady, a nauczyciele nie nadążają za zmianami. W efekcie młodzież nie jest przygotowana do pracy w realnych warunkach, a rzemieślnicy muszą przejmować rolę edukatorów bez systemowego wsparcia.

Przyczyny rezygnacji młodych z rzemiosła mają charakter strukturalny. Zawody rzemieślnicze są wymagające fizycznie, często wiążą się z pracą nocną, weekendową i presją czasową. Wynagrodzenia na starcie są niskie, a oczekiwania młodych — wysokie. Zmiana mentalności, kultura natychmiastowej gratyfikacji i poszukiwanie „łatwiejszych” ścieżek zawodowych sprawiają, że rzemiosło przegrywa konkurencję z etatem. Eksperci podkreślają, że brak systemowych zachęt finansowych dla młodych rzemieślników — takich jak premie startowe czy programy analogiczne do „młodego rolnika” — dodatkowo osłabia atrakcyjność zawodu.

Formalności związane z przyjmowaniem uczniów są oceniane różnie w zależności od branży. W usługach procedury są proste, ale w zawodach produkcyjnych dominują chaos, opóźnienia w refundacjach i poczucie, że zwrot kosztów nie pokrywa realnych wydatków. System szkolnictwa dualnego jest niedofinansowany, a przedsiębiorcy, którzy raz z niego rezygnują, rzadko wracają. To prowadzi do stopniowego zaniku miejsc praktyk i pogłębia deficyt kadr.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło pełni kluczową funkcję edukacyjną i społeczną, ale system kształcenia młodocianych jest niedostosowany do realiów pracy i obciąża mistrzów zamiast ich wspierać. Aby sektor mógł się rozwijać, potrzebne są działania systemowe: modernizacja programów nauczania, doposażenie szkół, wsparcie finansowe dla mistrzów, stabilne refundacje, programy retencyjne dla młodych oraz narzędzia zachęcające do pozostania w zawodzie. Bez tych interwencji rzemiosło będzie tracić młodych pracowników, a wraz z nimi — kompetencje, które są fundamentem lokalnej gospodarki i kultury.

4.7 POTRZEBY W ZAKRESIE WSPARCIA PUBLICZNEGO

ZAPOTRZEBOWANIE NA WSPARCIE

Wsparcie finansowe i redukcja kosztów stałych

Wśród świętokrzyskich rzemieślników najczęściej powtarzaną potrzebą było **bezpośrednie wsparcie finansowe**, które umożliwiłoby zakup nowoczesnego sprzętu i utrzymanie konkurencyjności w warunkach rosnących kosztów prowadzenia działalności. W wielu branżach – od optyki po stolarstwo – inwestycje w podstawowe narzędzia pracy przekraczają możliwości mikroprzedsiębiorstw. Rzemieślnicy podkreślali, że bez dotacji nie są w stanie rozwijać warsztatów, a brak inwestycji oznacza stopniowe wypadanie z rynku.

„Myślę, że finansowe ze względu na możliwość zakupienia sprzętu... to są bardzo duże koszty.” – IDI_12

„Marzy mi się hafciarka i drukarka 3D... najbardziej chciałabym pomoc finansową.” – IDI_16

Równoległe pojawiał się silny postulat **obniżenia kosztów stałych**, zwłaszcza składek ZUS i podatku od nieruchomości. Ten ostatni był opisywany jako „kara dla firmy”, szczególnie w przypadku warsztatów o dużej powierzchni.

„Fajnie by było, jakby te podatki się zmniejszyły... firmy byłyby traktowane partnersko.” – IDI_19

Eksperti w pełni potwierdzali te potrzeby, wskazując, że rzemiosło wymaga systemowych narzędzi finansowych, aby móc się rozwijać. Proponowali m.in. stworzenie programu „Młody Rzemieślnik” – analogicznego do

„Młodego Rolnika” – który zapewniłby znaczący kapitał na start i inwestycje w maszyny.

„Życzyłbym sobie, żeby było narzędzie dedykowane rzemieślnikom... coś na wzór młodego rolnika.” – IDI_21

Eksperti podkreślali również konieczność ulg w podatku od nieruchomości, które obecnie „zabijają małe zakłady w miastach”.

„Byłbym za tym, żeby były zwolnienia w zakresie prowadzenia działalności rzemieślniczej w obrębie miast.” – IDI_21

Wsparcie doradcze i organizacyjne

Drugim kluczowym obszarem potrzeb było **wsparcie doradcze**, szczególnie w zakresie pozyskiwania funduszy i radzenia sobie z biurokracją. Wielu rzemieślników określało siebie jako osoby „artystyczne”, które nie radzą sobie z formalnościami, skomplikowanymi wnioskami czy zmieniającymi się wytycznymi. Procedury

pozyskiwania dotacji były dla nich niejasne, a częste zmiany dokumentacji – nawet na kilka dni przed terminem – powodowały frustrację i rezygnację z ubiegania się o środki.

„Jestem w papierkowych sprawach noga... potrzebuję osoby, która mnie pokieruje.” – IDI_13

„Potrafią tydzień przed złożeniem dokumentów zmienić wytyczne.” – IDI_14

Jednocześnie część rzemieślników – zwłaszcza z długim stażem – wyrażała sceptycyzm wobec jakiegokolwiek formy doradztwa.

„Najistotniejsze byłoby to, żeby nikt ode mnie niczego nie chciał.” – IDI_1

Eksperti potwierdzali, że biurokracja jest jednym z głównych czynników blokujących rozwój rzemiosła. Wskazywali, że system wsparcia jest projektowany z myślą o większych firmach, a nie o jednoosobowych warsztatach, które nie mają zasobów, by śledzić zmiany prawne czy samodzielnie przygotowywać wnioski.

„Rozwiązania cyfrowe i formalne są trudne, bo przedsiębiorcy nie mają czasu, żeby się z nimi zapoznawać.” – IDI_21

Eksperti podkreślali również, że uproszczenie procedur i stworzenie jasnych ścieżek pozyskiwania środków mogłoby znacząco zwiększyć liczbę rzemieślników korzystających z dostępnych programów.

Wsparcie w obszarze kadr

Trzecim obszarem oczekiwanego wsparcia było **kształcenie nowych kadr**, które rzemieślnicy uznawali za kluczowe dla przyszłości branży. Wskazywali, że obecny system staży jest zbyt krótki, by realnie przygotować młodego człowieka do pracy – trzy miesiące to czas niewystarczający, by nauczyć podstaw, nie mówiąc o samodzielności.

„Do cukierni trzeba dać stażystę na co najmniej pół roku, nie trzy miesiące.” – IDI_4

Rzemieślnicy zwracali również uwagę na konieczność **uproszczenia i przyspieszenia refundacji za szkolenie uczniów**, które obecnie są wypłacane z dużymi opóźnieniami i nie pokrywają realnych kosztów materiałów, czasu mistrza ani ryzyka uszkodzenia sprzętu.

„Fajnie byłoby stworzyć listę unikatowych zawodów, które najbardziej potrzebują wsparcia.” – IDI_15

Eksperti podkreślali, że staże pracownicze są jednym z najważniejszych narzędzi weryfikacji realnych umiejętności kandydatów i powinny być szerzej finansowane.

„Staż pracownicze są wskazane i potrzebne.” – IDI_22

Wskazywali również na potrzebę tworzenia inkubatorów rzemiosła dla absolwentów szkół branżowych, które ułatwiłyby im wejście na rynek pracy.

„Byłoby fajnie wypracować formę inkubacji dla absolwentów szkół branżowych.” – IDI_21

Eksperti dodawali, że ułatwienia w dostępie do zamówień publicznych mogłyby stać się „prostą ścieżką do bogacenia się i rozwoju technologii” w warsztatach.

„Ułatwienia w zamówieniach publicznych byłyby prostą ścieżką do rozwoju zakładów.” – IDI_21

Pozytywne i negatywne doświadczenia z dotacjami i stażami

Rzemieślnicy bardzo wysoko oceniali **dotacje na start** oraz możliwość organizowania staży przez Urzędy Pracy. W wielu przypadkach to właśnie środki z PUP umożliwiły otwarcie pierwszego zakładu, zakup podstawowego sprzętu i wejście na rynek. Podkreślano również, że staże są realnym wsparciem kadrowym, choć ich czas trwania powinien być dłuższy, aby przynosiły wymierne efekty.

„Otworzyłam w wieku 23 lat firmę dzięki pomocy z Urzędu Pracy... jeśli chodzi o stażystów, to jest dość dobry system.” – IDI_10

„Współpraca z urzędem pracy u nas się sprawdzała... sprzęt miałam z budżetu publicznego.” – IDI_11

Jednocześnie rzemieślnicy zwracali uwagę na **niedopasowanie kandydatów kierowanych przez urzędy**, szczególnie w zawodach wymagających elementarnej wiedzy branżowej. Wskazywano, że osoby trafiające na staże często nie mają żadnego przygotowania, co czyni taką pomoc nieefektywną.

„Przychodzi pani, która w ogóle nie wie, z czym to się je... jakby mechanika wystać do cukierni.” – IDI_9

Eksperti potwierdzali, że obecny system wsparcia jest zbyt ogólny i nie uwzględnia specyfiki rzemiosła. Wskazywali, że brakuje narzędzi dedykowanych konkretnym branżom, a nie uniwersalnych programów, które „pasują do wszystkiego i do niczego”.

„Nie ma systemowego rozwiązania dla przedsiębiorców... ciągle tego małego przedsiębiorcę się do czegoś zmusza.” – IDI_21

Skomplikowane procedury pozyskiwania wsparcia

Wielu rzemieślników podkreślało, że **język wniosków, instrukcji i regulaminów** jest dla nich mało zrozumiały, a proces aplikowania o środki – stresujący i czasochłonny. Najczęściej wskazywano na biurokrację, konieczność korzystania z płatnych usług księgowych oraz problemy z systemami informatycznymi, które wymagają logowania „na czas” lub działają niestabilnie. Pojawiało się również poczucie, że fundusze unijne są dostępne głównie dla projektów o wysokim stopniu innowacyjności, co wyklucza tradycyjne rzemiosło.

„Nie są zrozumiałe... przymierzam się jak pies do jeża, bo nie wiem, z której strony podejść.” – IDI_13

„Ta papierologia to nie jest dla normalnego człowieka... pomył się, to my ci zabierzemy.” – IDI_19

„Trzeba się zalogować o konkretnej godzinie, systemy się zawieszają.” – IDI_7

Eksperti potwierdzali, że biurokracja jest jedną z największych barier dla mikrofirm. Wskazywali, że narzucane odgórnie rozwiązania cyfrowe – takie jak KSeF – są szczególnie trudne dla rzemieślników, którzy nie mają czasu na adaptację do szybko zmieniających się wymogów.

„KSeF to ogromny problem dla mikrofirm... nie mają czasu, żeby się z tym zapoznawać.” – IDI_21

Eksperti podkreślali również, że brak zrzeszania się rzemieślników osłabia ich wpływ na kształt przepisów, co skutkuje brakiem rozwiązań dopasowanych do ich realiów.

„Małe firmy przegrywają, bo nie zrzeszają się... są traktowane jako kategoria druga.” – IDI_21

Znikomy udział rzemieślników w spotkaniach informacyjnych PUP/WUP

Zdecydowana większość rzemieślników nigdy nie uczestniczyła w spotkaniach informacyjnych organizowanych przez WUP lub PUP. Głównym powodem był **brak czasu** – warsztaty pracują w trybie ciągłym, a właściciele nie mogą pozwolić sobie na kilkugodzinne szkolenia w środku dnia. Drugim powodem był **brak informacji** o takich wydarzeniach oraz przekonanie, że przekazywana tam wiedza jest zbyt ogólna i nieprzystająca do realiów rzemiosła. Nieliczni uczestnicy wspominali takie spotkania jako „pieśń przeszłości” lub działania o ograniczonej skuteczności.

„Nie mam czasu... trzeba do nas przyjść.” – IDI_4

„Nie brałam, bo zawsze jestem zapracowana... może to nie dla mnie.” – IDI_13

„Byłam raz, ale to było bardzo dawno temu.” – IDI_18

PRZEPISY PRAWA, A RZEMIOSŁO

Przepisy jako bariera systemowa

Wśród świętokrzyskich rzemieślników dominuje przekonanie, że obecne przepisy **utrudniają prowadzenie działalności**, a państwo częściej „rzuca kłody pod nogi”, niż wspiera rozwój małych zakładów. Najostrzej wypowiadają się przedstawiciele zawodów tradycyjnych – parasolnicy, stolarze, cukiernicy – którzy opisują państwo jako instytucję opresyjną, generującą koszty i stres. W ich narracjach pojawia się poczucie braku klimatu dla rzemiosła, nadmiernego fiskalizmu i kontroli nastawionych na karanie zamiast edukowania.

„Najbardziej przeszkadza i najbardziej nam dokucza państwo polskie... w Polsce nie ma ani klimatu, ani nastawienia.” – IDI_15

„Prowadzenie działalności gospodarczej to jest naprawdę ciężko. Nikt nam nie ułatwia.” – IDI_19

„Jak słyszymy Urząd Skarbowy czy Sanepid, to już jest dreszczyk stresowy... przepisy raczej rzucają kłody pod nogi.” – IDI_5

Jednocześnie w branżach medyczno-technicznych i usługowych – takich jak optyka czy grooming – przepisy są oceniane jako neutralne, a nawet sprzyjające. Różnice te wynikają z odmiennego poziomu regulacji, częstotliwości kontroli oraz skali inwestycji wymaganych w poszczególnych zawodach.

„Ja tych kłód za bardzo nie widzę... jak najmniej kontroli.” – IDI_11

„Nie odczuwam nic negatywnego... nasza branża jest neutralna.” – IDI_12

Eksperti potwierdzają, że problemem nie jest sama liczba przepisów, lecz ich **niestabilność**, która uniemożliwia planowanie i buduje atmosferę niepewności.

„Główne bariery to niestabilność prawa... ciągle tego małego przedsiębiorcę się do czegoś zmusza.” – IDI_21

Przykłady opisywanych trudności

Uchwała krajobrazowa jako zagrożenie dla tożsamości i ciągłości rzemiosła

Jeden z rzemieślników uchwała krajobrazowa w Kielcach budziła silne poczucie zagrożenia. Największe obawy dotyczą **konieczności usuwania starych szyldów i neonów**, które przez dekady stanowiły element tożsamości miejsca i były dla klientów znakiem rozpoznawczym. W przypadku zawodów niszowych, takich jak parasolnictwo, szyld jest wręcz gwarancją istnienia zakładu – jego zniknięcie może zostać odczytane jako zamknięcie firmy. Rzemieślnicy podkreślają również wysokie koszty utylizacji starych neonów oraz brak jakiegokolwiek pomocy finansowej na dostosowanie się do nowych wymogów miasta.

„Dla klientów, którzy widzieli szyld od kilkudziesięciu lat, jak on zniknie, to w świadomości to jest zamknięcie firmy. (...) „Mój piękny neon, który kosztował nieprawdopodobne pieniądze, muszę zdjąć i wyrzucić na śmietnik. (...) Miasto szpeci? My wszyscy przedsiębiorcy szpecimy miasto... nie ma mowy o jakimkolwiek wsparciu.” – IDI_15

W efekcie uchwała krajobrazowa była postrzegana nie jako narzędzie porządkowania przestrzeni, lecz jako **kolejna bariera**, która uderza w najmniejsze, najbardziej tradycyjne zakłady.

Nierówna konkurencja ZUS–KRUS jako systemowa niesprawiedliwość rynkowa

Inny badany bardzo mocno akcentował problem **nierównej konkurencji** wynikającej z dualizmu systemów ubezpieczeń. Osoby prowadzące działalność na terenach wiejskich, posiadające grunty rolne i opłacające KRUS, ponoszą znacznie niższe koszty stałe niż przedsiębiorcy na ZUS-ie. W opinii badanych prowadzi to do zaniżania cen usług i wypierania uczciwych zakładów z rynku.

„Bardzo dużo stolarzy jest ze wsi... są na KRUS-ie. Oni nie mają tych kosztów co ja. (...) Zaniżają wartość usług... pracownik jest na KRUS-ie, jest nielegalny. (...) Wyceniam inwestycję, a ktoś z mniejszymi kosztami wycenia taniej... i chłopaki leżą.” – IDI_19

Rzemieślnicy wskazują, że system KRUS umożliwia funkcjonowanie warsztatów o znacznie niższych kosztach pracy, co w praktyce oznacza **nierówne warunki konkurencji** i presję na obniżanie cen kosztem jakości.

Przepisy środowiskowe i gospodarka odpadami jako nieproporcjonalne obciążenie dla mikrofirm

Eksperti zwracali uwagę, że nowe przepisy dotyczące gospodarki odpadami i ochrony środowiska są dla mikroprzedsiębiorstw **nieproporcjonalnie obciążające**. Wprowadzenie dodatkowych frakcji odpadów – np. piątej frakcji tekstyliów – wymaga wygospodarowania miejsca na kolejne pojemniki, co w małych warsztatach bywa fizycznie niemożliwe. Dodatkowo rosną koszty odbioru odpadów, a państwo nie oferuje żadnych ułatwień organizacyjnych.

„Ogromny problem z piątą frakcją śmieci, czyli ubraniami. (...) Przedsiębiorcy mają proste, przyziemne problemy... wystawienie kolejnego kosza jest problematyczne. (...) Ciągle tego małego przedsiębiorcę się do czegoś zmusza... obciążenia rosną.” – IDI_21

Eksperti podkreślają, że lokalne podatki – zwłaszcza od nieruchomości – dodatkowo pogłębiają trudną sytuację najmniejszych zakładów.

„Podatki lokalne zabijają małe zakłady szewskie czy piekarnicze.” – IDI_21

Najważniejsze postulaty zmian: niższy ZUS, prostsza biurokracja i reforma składki zdrowotnej

Rzemieślnicy bardzo konsekwentnie wskazywali trzy obszary, które wymagają pilnej reformy: **składki ZUS**, **składka zdrowotna** oraz **biurokracja**. Najczęściej powtarzaną propozycją było uzależnienie wysokości składek od realnych dochodów lub wprowadzenie preferencyjnych stawek dla mikroprzedsiębiorców. Wskazywano, że obecny system jest nieadekwatny do skali działalności i obciąża najmniejsze firmy najbardziej.

„Składka zdrowotna od dochodu... powinna być stała.” – IDI_14

„Uzależniłabym wysokość składki ZUS od zarobków.” – IDI_16

Drugim obszarem krytyki była **składka zdrowotna**, postrzegana jako ukryty podatek, który nie przekłada się na jakość usług medycznych. Trzecim – **biurokracja**, w tym KSeF, który w opinii wielu rzemieślników jest narzędziem nieadekwatnym do realiów mikrofirm.

„Ten VAT mnie niszczy... nie mogę zejść z progu podatkowego.” – IDI_13

„KSeF jest idiotyczny... ludzie po 60–70 lat nie będą się z tym huścić.” – IDI_15

Certyfikacja rzemieślnicza jako filtr jakości – potrzeba realnych przywilejów

Rzemieślnicy bardzo wyraźnie wskazywali, że tytuły **Mistrza i Czeladnika** powinny mieć większą wagę prawną i rynkową. Obecnie rynek usług – zwłaszcza w branżach kreatywnych i beauty – jest zalewany przez osoby bez przygotowania, często po krótkich kursach lub działające jako influencerzy. Zdaniem rzemieślników prowadzi to do psucia rynku, obniżania cen i spadku prestiżu zawodu.

„Prowadząc salon fryzjerski... powinna to być osoba wykształcona. Teraz dużo osób niezwiązanych z zawodem otwiera salony.” – IDI_10

„Rzemieślnik może być wypierany influencerem, który nagle plecie swetry bez żadnych tytułów.” – IDI_14

„Nie powinno być to równane z osobą, która uczy się z portali społecznościowych.” – IDI_7

Choć pojawiały się pojedyncze głosy sceptyczne, były one marginalne.

„To jest tylko dla podniesienia prestiżu.” – IDI_17

Eksperti potwierdzają, że certyfikacja powinna być powiązana z realnymi przywilejami – przede wszystkim **ułatwionym dostępem do zamówień publicznych**, co pozwoliłoby rzemieślnikom inwestować w sprzęt i rozwijać zakłady.

„Ułatwienia w zamówieniach publicznych byłyby prostą ścieżką do rozwoju zakładów.” – IDI_21

„Certyfikacja to gwarancja jakości... powinna dawać ułatwienia.” – IDI_22

Kontrolę: potrzeba edukacji zamiast kar i jednolitych interpretacji przepisów

Rzemieślnicy nie negują potrzeby kontroli, ale krytykują ich formę. Najczęściej wskazywano na **brak jednolitości interpretacji** (różne wymagania Sanepidu w różnych miastach), **karanie za drobne uchybienia** oraz **brak zrozumienia specyfiki pracy manualnej**. Oczekiwanym standardem byłoby podejście „najpierw edukacja, potem kara”, z wyznaczeniem czasu na poprawę.

„W idealnym świecie panie mówią: proszę to naprawić, przyjdziemy za 3 tygodnie... a tu się po prostu karze.” – IDI_15

„Spójność przepisów... zależy który region. Duża rozbieżność.” – IDI_18

„Salon fryzjerski to miejsce z obciętymi włosami... nie zawsze da się natychmiast posprzątać.” – IDI_10

Rzemieślnicy podkreślali również, że urzędnicy często udzielają sprzecznych informacji, co potęguje chaos i niepewność.

„Jeden urzędnik mówi, że się nie da, a drugi pokazuje ścieżkę, że bez problemu.” – IDI_19

Eksperti potwierdzają, że bariera biurokratyczna jest realna i szczególnie dotkliwa dla mikrofirm, które wykonują większość pracy własnymi rękami i nie mają zasobów na obsługę formalności.

„Jesteśmy fizyczni, dużo robimy sami... wymogi biurokratyczne są dużym utrudnieniem.” – IDI_22

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Diagnoza potrzeb świętokrzyskich rzemieślników pokazuje sektor, który funkcjonuje w warunkach rosnących kosztów, niestabilnych przepisów i niedopasowanych narzędzi wsparcia. Rzemiosło nie oczekuje przywilejów –

oczekuje warunków, które pozwolą mu przetrwać i rozwijać się w sposób adekwatny do skali mikroprzedsiębiorstw. Najważniejszą potrzebą jest dostęp do finansowania inwestycji, ponieważ koszty zakupu podstawowych narzędzi pracy w wielu branżach przekraczają możliwości małych zakładów. Bez dotacji rzemieślnicy nie są w stanie modernizować warsztatów, a brak inwestycji oznacza stopniowe wypadanie z rynku. Równoległe pojawia się silny postulat obniżenia kosztów stałych — zwłaszcza składek ZUS i podatku od nieruchomości — które w obecnym kształcie obciążają najmniejsze firmy najbardziej.

Drugim kluczowym obszarem jest potrzeba wsparcia doradczego i organizacyjnego. Rzemieślnicy deklarują, że biurokracja jest dla nich jednym z największych obciążeń, a język wniosków, częste zmiany wytycznych i skomplikowane procedury skutecznie zniechęcają do ubiegania się o środki. System wsparcia jest projektowany z myślą o większych firmach, a nie o jednoosobowych warsztatach, które nie mają zasobów administracyjnych. Rzemieślnicy potrzebują prostych, stabilnych i przewidywalnych narzędzi, a nie rozwiązań wymagających specjalistycznej wiedzy księgowej. Eksperti podkreślają, że uproszczenie procedur i stworzenie jasnych ścieżek pozyskiwania środków mogłoby znacząco zwiększyć liczbę firm korzystających z dostępnych programów.

Trzecim obszarem jest wsparcie w zakresie kadr. Rzemieślnicy wskazują, że obecny system staży jest zbyt krótki, by przygotować młodego człowieka do pracy, a refundacje za szkolenie uczniów są opóźnione i niewystarczające. W wielu branżach brakuje narzędzi, które zachęcałyby młodych do pozostania w zawodzie, a mistrzów — do przyjmowania uczniów. Eksperti podkreślają, że staże pracownicze są jednym z najskuteczniejszych narzędzi weryfikacji umiejętności, a inkubatory rzemiosła mogłyby ułatwić absolwentom wejście na rynek. Jednocześnie rzemieślnicy postulują stworzenie listy zawodów unikatowych, które wymagają szczególnego wsparcia, aby nie zniknęły z rynku.

Ocena dostępnej oferty pomocowej jest ambiwalentna. Rzemieślnicy bardzo wysoko oceniają dotacje na start i możliwość organizowania staży przez Urzędy Pracy — to właśnie te instrumenty umożliwiły wielu osobom otwarcie pierwszego zakładu. Jednocześnie wskazują na niedopasowanie kandydatów kierowanych przez urzędy oraz brak narzędzi dedykowanych konkretnym branżom. System wsparcia jest zbyt ogólny, a uniwersalne programy nie odpowiadają na specyficzne potrzeby rzemiosła. Rzemieślnicy rzadko uczestniczą w spotkaniach informacyjnych WUP/PUP — nie z braku chęci, lecz z braku czasu i poczucia, że przekazywana tam wiedza jest zbyt ogólna.

W obszarze regulacji prawnych dominuje przekonanie, że państwo utrudnia prowadzenie działalności zamiast ją wspierać. Rzemieślnicy wskazują na nadmierny fiskalizm, niestabilność przepisów, rozbieżności interpretacyjne w kontrolach oraz brak podejścia edukacyjnego. Przykłady takie jak uchwała krajobrazowa, nierówna konkurencja ZUS–KRUS czy przepisy środowiskowe pokazują, że regulacje często nie uwzględniają specyfiki mikrofirm i generują nieproporcjonalne obciążenia. Rzemieślnicy oczekują stabilności, przewidywalności i partnerskiego traktowania — nie ulg wyjątkowych, lecz racjonalnych zasad.

Wśród najważniejszych postulatów zmian pojawiają się: obniżenie składek ZUS, reforma składki zdrowotnej, uproszczenie biurokracji, ujednoczenie kontroli oraz wzmocnienie roli certyfikacji rzemieślniczej jako filtra jakości. Rzemieślnicy podkreślają, że tytuły Mistrza i Czeladnika powinny wiązać się z realnymi przywilejami, takimi jak ułatwiony dostęp do zamówień publicznych. Eksperti potwierdzają, że certyfikacja może być narzędziem budowania jakości i rozwoju technologicznego, jeśli zostanie powiązana z konkretnymi korzyściami.

Wniosek strategiczny dla instytucji publicznych jest jednoznaczny: rzemiosło potrzebuje wsparcia systemowego, a nie doraźnych działań. Kluczowe są: stabilne i proste instrumenty finansowe, redukcja kosztów stałych, uproszczenie procedur, wsparcie w zakresie kadr, wzmocnienie certyfikacji oraz regulacje dostosowane do skali mikrofirm. Rzemiosło może być jednym z filarów lokalnej gospodarki, ale tylko wtedy, gdy otoczenie instytucjonalne przestanie być barierą, a stanie się realnym partnerem w rozwoju.

BARIERY PROCEDURALNE I INFORMACYJNE W DOSTĘPIE DO WSPARCIA PUBLICZNEGO

Wniosek 1: Brak przejrzystości procedur i nadmierna złożoność formalna skutecznie ograniczają dostęp rzemieślników do instrumentów wsparcia publicznego, szczególnie w sektorze zdominowanym przez mikrofirmy.

Dane ilościowe jednoznacznie potwierdzają, że główną barierą w korzystaniu z dotacji są trudności proceduralne i informacyjne. **63,1% rzemieślników nie korzysta z żadnych funduszy publicznych**, a wśród nich **35,3% wskazuje na zbyt skomplikowane lub czasochłonne procedury**, natomiast **47,1% deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach**. Oznacza to, że problemem nie jest brak zainteresowania wsparciem, lecz brak możliwości przejścia przez proces aplikacyjny przy ograniczonych zasobach organizacyjnych. Mikrofirmy, które dominują w sektorze rzemiosła, nie dysponują czasem ani kompetencjami administracyjnymi, aby analizować dokumentację, śledzić zmiany wytycznych czy kompletować załączniki. W kontekście jakościowym, który opisywałaś wcześniej, przedsiębiorcy wskazywali na trudność w poruszaniu się po procedurach i brak jasnych instrukcji — co w pełni koresponduje z wynikami ilościowymi. Bariery proceduralne stają się więc jednym z kluczowych czynników hamujących inwestycje, modernizację i rozwój technologiczny rzemiosła.

Rekomendacja 1: Uproszczenie procedur, standaryzacja dokumentacji i wzmocnienie wsparcia informacyjnego są warunkiem koniecznym zwiększenia dostępności instrumentów publicznych dla mikro- i małych firm rzemieślniczych.

Aby zwiększyć wykorzystanie dostępnych instrumentów wsparcia, konieczne jest ograniczenie barier proceduralnych i zapewnienie rzemieślnikom prostych, praktycznych narzędzi ułatwiających aplikowanie. Dane wskazują, że **ponad połowa barier ma charakter proceduralno-informacyjny**, dlatego działania powinny koncentrować się na uproszczeniu dokumentacji, stabilizacji wytycznych oraz stworzeniu jednego, czytelnego punktu informacyjnego dla mikrofirm. Wsparcie proceduralne — w formie checklist, wzorów dokumentów, krótkich instrukcji i jasnych komunikatów — może realnie zwiększyć dostępność instrumentów i przyspieszyć modernizację sektora. Uproszczenie procesu aplikowania jest szczególnie istotne dla mikrofirm, które nie mają zasobów administracyjnych, aby samodzielnie obsłużyć skomplikowane procedury.

Przykładowe działania wspierające:

- **Opracowanie zestandaryzowanych materiałów pomocniczych** (np. list kontrolnych, wzorów dokumentów, przykładowych formularzy) dla najczęściej wykorzystywanych instrumentów wsparcia, tak aby ułatwić mikrofirmom samodzielne przygotowanie wniosków.
- **Przygotowanie krótkich, przystępnych instrukcji** (np. w formie krótkich nagrań lub przewodników tekstowych), które krok po kroku wyjaśniają sposób aplikowania i wymagane etapy procesu.
- **Zapewnienie stabilności i przewidywalności wytycznych**, w tym publikowanie zmian z odpowiednim wyprzedzeniem, aby umożliwić przedsiębiorcom przygotowanie dokumentacji.
- **Stworzenie jednego, scentralizowanego punktu informacyjnego** (np. strony internetowej), zawierającego aktualne nabory, uproszczone opisy instrumentów oraz materiały pomocnicze przygotowane z myślą o mikrofirmach.

NIEDOPASOWANIE FORM KOMUNIKACJI DO REALIÓW PRACY MIKROFIRM

Wniosek 2: Ograniczenia czasowe mikrofirm rzemieślniczych znacząco utrudniają udział w szkoleniach i spotkaniach informacyjnych, co obniża dostęp do wiedzy o wsparciu, zmianach prawnych i możliwościach rozwoju.

Dane ilościowe wskazują, że rzemiosło jest sektorem zdominowanym przez mikrofirmy — **ponad 55% przedsiębiorstw zatrudnia maksymalnie 2–3 osoby**, a 21,8% to działalności jednoosobowe. W takich warunkach właściciel pełni jednocześnie funkcje wykonawcze, organizacyjne i administracyjne, co znacząco ogranicza jego dostępność czasową. Wśród firm, które nie korzystają z funduszy publicznych, **21,4% wskazuje brak czasu lub zasobów jako barierę**, a 47,1% deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach — co sugeruje, że tradycyjne formy komunikacji (szkolenia, spotkania, konsultacje stacjonarne) nie docierają do przedsiębiorców. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, rzemieślnicy podkreślali, że nie mają możliwości opuszczania zakładu w godzinach pracy, a szkolenia wymagające obecności „w konkretnym miejscu i czasie” są dla nich niedostępne. Oznacza to, że bariera czasowa jest strukturalna i wynika z charakteru pracy rzemieślniczej, a nie z braku zainteresowania wiedzą czy rozwojem.

Rekomendacja 2: Przeniesienie komunikacji, doradztwa i edukacji do kanałów asynchronicznych jest kluczowe, aby zapewnić rzemieślnikom realny dostęp do informacji i wsparcia rozwojowego.

Aby skutecznie dotrzeć do mikrofirm, konieczne jest odejście od form wymagających jednoczesnej obecności uczestników i prowadzących. Dane ilościowe pokazują, że brak czasu jest jedną z głównych barier w korzystaniu z instrumentów wsparcia, a ograniczona wiedza o programach wynika m.in. z niedopasowania form komunikacji do specyfiki pracy rzemieślników. Asynchroniczne kanały — krótkie materiały wideo, newslettery, poradniki PDF czy dyżury telefoniczne poza godzinami pracy — pozwalają przedsiębiorcom korzystać z informacji w dogodnym dla nich momencie, bez konieczności przerywania pracy. Takie rozwiązania zwiększają dostępność wiedzy, zmniejszają barierę czasową i wzmacniają zdolność firm do podejmowania świadomych decyzji rozwojowych.

Przykładowe działania wspierające:

- **Zastąpienie spotkań stacjonarnych materiałami asynchronicznymi**, takimi jak krótkie nagrania webinarowe, które przedsiębiorcy mogą obejrzeć w dowolnym momencie.
- **Regularna dystrybucja newslettera branżowego**, zawierającego aktualne informacje o naborach, zmianach przepisów oraz przykładach dobrych praktyk, w cyklu miesięcznym.
- **Udostępnienie krótkich, branżowych poradników PDF**, przygotowanych w formie zwięzłych instrukcji (1–2 strony), dostosowanych do specyfiki poszczególnych zawodów.
- **Organizacja dyżurów telefonicznych w godzinach wieczornych**, umożliwiających przedsiębiorcom kontakt z doradcą poza standardowymi godzinami pracy, bez konieczności zwiększania kosztów organizacyjnych.

BRAK JEDNEGO, UPORZĄDKOWANEGO ŹRÓDŁA INFORMACJI O INSTRUMENTACH WSPARCIA

Wniosek 3: Brak skondensowanej, zrozumiałej i łatwo dostępnej informacji o dostępnych instrumentach wsparcia powoduje, że rzemieślnicy nie korzystają z narzędzi, które są dla nich potencjalnie użyteczne.

Dane ilościowe jednoznacznie wskazują, że rzemieślnicy mają ograniczoną wiedzę o dostępnych formach wsparcia. Wśród firm, które nie korzystają z funduszy publicznych, **47,1% deklaruje brak wiedzy o programach**, co czyni tę barierę najczęściej wskazywaną przeszkodą. Jednocześnie **63,1% przedsiębiorców w ogóle nie korzysta z żadnych instrumentów wsparcia**, mimo że część z nich deklaruje potrzeby inwestycyjne, szkoleniowe czy modernizacyjne. Oznacza to, że problemem nie jest brak zainteresowania, lecz brak dostępu do syntetycznej, uporządkowanej informacji, która pozwoliłaby szybko zorientować się, jakie narzędzia są dostępne i dla kogo. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, rzemieślnicy podkreślali, że nie

wiedzą „od czego zacząć”, „gdzie szukać informacji” i „co im przysługuje”. Dane ilościowe w pełni potwierdzają tę diagnozę: brak wiedzy jest barierą systemową, wynikającą z rozproszenia informacji i braku jednego, czytelnego źródła.

Rekomendacja 3: Stworzenie jednolitej, aktualizowanej „mapy wsparcia” znacząco zwiększy dostępność informacji i ułatwi rzemieślnikom korzystanie z istniejących instrumentów bez konieczności przeszukiwania wielu źródeł.

Aby skutecznie odpowiedzieć na barierę informacyjną, konieczne jest przygotowanie jednego, syntetycznego narzędzia, które w prosty sposób pokaże rzemieślnikom, z jakich form wsparcia mogą korzystać. „Mapa wsparcia” powinna obejmować wyłącznie istniejące instrumenty — zarówno krajowe, regionalne, jak i lokalne — i być przedstawiona w formie zrozumiałej dla mikrofirm, które nie mają czasu na analizowanie rozbudowanych dokumentów. Dane ilościowe wskazują, że brak wiedzy dotyczy niemal połowy przedsiębiorców, dlatego stworzenie jednego, uporządkowanego źródła informacji może znacząco zwiększyć wykorzystanie dostępnych narzędzi, poprawić świadomość możliwości rozwojowych i zmniejszyć barierę wejścia w proces aplikowania.

Przykładowe działania wspierające:

- **Opracowanie syntetycznej tabeli lub przewodnika**, w którym w prosty sposób wskazano, jakie instrumenty wsparcia są dostępne dla poszczególnych typów działalności rzemieślniczej („jeśli prowadzisz X → możesz skorzystać z Y”).
- **Uwzględnienie w zestawieniu najważniejszych istniejących narzędzi**, takich jak: staże, bony szkoleniowe, refundacje kosztów zatrudnienia, KFS, środki na podjęcie działalności, pożyczki BGK, instrumenty PARP oraz programy gminne.
- **Regularna aktualizacja dokumentu**, np. raz na kwartał, oraz dystrybucja poprzez newsletter, aby zapewnić rzemieślnikom dostęp do aktualnych informacji bez konieczności samodzielnego monitorowania zmian.
- **Upowszechnienie „mapy wsparcia” w miejscach kontaktu z rzemieślnikami**, takich jak urzędy pracy, WUP, szkoły branżowe czy lokalne organizacje rzemieślnicze, aby zwiększyć jej dostępność i widoczność.

NIEDOPASOWANIE KANDYDATÓW KIEROWANYCH PRZEZ PUP DO POTRZEB WARSZTATÓW

Wniosek 4: Brak dopasowania kandydatów kierowanych przez urzędy pracy do realnych potrzeb warsztatów rzemieślniczych ogranicza efektywność staży i obniża gotowość przedsiębiorców do współpracy.

Wyniki ilościowe wskazują, że rzemiosło funkcjonuje w warunkach dużej specjalizacji i silnego oparcia na kompetencjach praktycznych. Jednocześnie część przedsiębiorców sygnalizuje trudności w pozyskaniu pracowników o odpowiednich kwalifikacjach — **19,0% wskazuje brak kandydatów z właściwymi kompetencjami technicznymi**, a 17,8% ocenia motywację uczniów jako raczej niską. W połączeniu z dominacją mikrofirm (ponad połowa zatrudnia maksymalnie 2–3 osoby) oznacza to, że każdy nietrafiony stażysta generuje realne koszty organizacyjne i czasowe. W jakościowym opisie, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały, że kandydaci kierowani przez PUP są często przypadkowi, nieprzygotowani lub nieposiadający podstawowych predyspozycji manualnych. Dane ilościowe potwierdzają, że niedopasowanie kompetencyjne jest realnym problemem, który wpływa na ocenę współpracy z instytucjami rynku pracy i obniża efektywność staży jako narzędzia wejścia do zawodu.

Rekomendacja 4: Wprowadzenie prostej preselekcji kandydatów — opartej na podstawowych predyspozycjach i kompetencjach — zwiększy trafność kierowania na staże bez konieczności tworzenia nowych narzędzi.

Aby poprawić dopasowanie kandydatów do potrzeb warsztatów, nie jest konieczne tworzenie nowych instrumentów, lecz usprawnienie procesu kierowania na staże poprzez wprowadzenie krótkiej, praktycznej preselekcji. Dane ilościowe wskazują, że brak odpowiednich kwalifikacji i niska motywacja są jednymi z głównych barier w pracy z młodymi osobami. Prosta ocena predyspozycji — obejmująca podstawowe umiejętności manualne, gotowość do pracy fizycznej czy minimalne doświadczenie w obsłudze narzędzi — pozwoli ograniczyć liczbę nietrafionych skierowań i zwiększyć efektywność staży. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych środków finansowych, a jedynie modyfikacji procedur, co czyni je łatwym do wdrożenia i skalowania.

Przykładowe działania wspierające:

- **Wprowadzenie krótkiej rozmowy predyspozycyjnej** prowadzonej przez doradcę zawodowego przed skierowaniem kandydata na staż, ukierunkowanej na ocenę podstawowych umiejętności i motywacji.
- **Opracowanie prostych branżowych kart kompetencji**, zawierających kluczowe kryteria wstępne (np. zdolności manualne, podstawy obsługi narzędzi, gotowość do pracy fizycznej), które ułatwią ocenę dopasowania kandydata.
- **Przekazywanie karty kompetencji rzemieślnikowi** przed podjęciem decyzji o przyjęciu stażysty, aby umożliwić świadome dopasowanie kandydata do specyfiki warsztatu.
- **Wdrożenie rozwiązania w ramach istniejących procedur**, bez konieczności dodatkowego finansowania, poprzez dostosowanie praktyk pracy doradców zawodowych i standardów kierowania na staże.

NISKA ŚWIADOMOŚĆ DOSTĘPNYCH INSTRUMENTÓW SZKOLENIOWYCH (KFS, BONY)

Wniosek 5: Niski poziom wiedzy o dostępnych instrumentach szkoleniowych, takich jak KFS i bony szkoleniowe, sprawia, że rzemieślnicy nie korzystają z narzędzi, które mogłyby realnie wspierać rozwój ich kompetencji.

Dane ilościowe jednoznacznie wskazują, że brak wiedzy o dostępnych formach wsparcia jest jedną z najpoważniejszych barier w sektorze rzemiosła. Wśród przedsiębiorców, którzy nie korzystają z funduszy publicznych, **47,1% deklaruje, że nie zna programów, z których mogliby skorzystać**. Jednocześnie rzemieślnicy wskazują na potrzebę rozwoju kompetencji — szkolenia i rozwój umiejętności są najczęściej wymienianym kierunkiem rozwoju wśród firm posiadających strategię (49,1%). Oznacza to, że istnieje wyraźna luka między potrzebami a świadomością dostępnych narzędzi. W kontekście jakościowym, który przedstawiałas wcześniej, rzemieślnicy podkreślali, że nie wiedzą, które instrumenty są dla nich dostępne, a komunikaty o naborach są rozproszone i nieczytelne. Dane ilościowe potwierdzają tę diagnozę: brak wiedzy jest barierą systemową, która ogranicza rozwój kompetencji i zmniejsza wykorzystanie istniejących instrumentów, takich jak KFS czy bony szkoleniowe.

Rekomendacja 5: Skierowanie komunikacji o istniejących instrumentach szkoleniowych bezpośrednio do rzemiosła — w sposób priorytetowy i branżowo dopasowany — zwiększy ich wykorzystanie i poprawi dostęp do rozwoju kompetencji.

Aby skutecznie odpowiedzieć na barierę informacyjną, konieczne jest wzmocnienie komunikacji dotyczącej instrumentów szkoleniowych, takich jak KFS, bony szkoleniowe czy refundacje kosztów kształcenia. Dane ilościowe pokazują, że niemal połowa przedsiębiorców nie wie, jakie programy są dostępne, mimo że szkolenia są jednym z najważniejszych kierunków rozwoju wskazywanych przez rzemieślników. Priorytetowe oznaczenie szkoleń skierowanych do rzemiosła, wysyłanie branżowych alertów o naborach oraz tworzenie list rekomendowanych szkoleń może znacząco zwiększyć świadomość możliwości rozwojowych. Takie działania nie wymagają nowych instrumentów finansowych — jedynie lepszego ukierunkowania komunikacji i uporządkowania informacji.

Przykładowe działania wspierające:

- **Oznaczanie szkoleń jako szczególnie rekomendowanych dla rzemiosła**, aby ułatwić przedsiębiorcom identyfikację ofert adekwatnych do ich potrzeb.
- **Wysyłanie branżowych alertów informacyjnych** dotyczących nowych naborów w ramach KFS, bonów szkoleniowych czy innych instrumentów, z podziałem na główne grupy zawodowe (np. techniczne, usługowe, beauty).
- **Przygotowanie listy rekomendowanych szkoleń**, obejmującej dostępne oferty edukacyjne, bez konieczności finansowania — jako narzędzie informacyjne wspierające świadome decyzje szkoleniowe.
- **Współpraca ze szkołami branżowymi**, aby informować uczniów i młodych pracowników o możliwościach rozwoju kompetencji i dostępnych instrumentach szkoleniowych.

NIEWYSTARCZAJĄCE KOMPETENCJE CYFROWE W OBSŁUDZE NARZĘDZI ADMINISTRACYJNYCH

Wniosek 6: Niedostateczne kompetencje cyfrowe rzemieślników utrudniają korzystanie z obowiązkowych narzędzi administracyjnych, co zwiększa obciążenia organizacyjne i ogranicza efektywność prowadzenia działalności.

Dane ilościowe wskazują, że sektor rzemiosła jest zdominowany przez mikrofirmy, w których właściciel wykonuje większość zadań operacyjnych i administracyjnych. Jednocześnie poziom cyfryzacji firm jest zróżnicowany: **67,1% przedsiębiorców deklaruje brak wdrożenia nowoczesnych technologii w ostatnich dwóch latach**, a rozwiązania cyfrowe w sprzedaży i obsłudze klienta wdrożyło jedynie 9,3% firm. Oznacza to, że znaczna część rzemieślników funkcjonuje w modelu tradycyjnym, z ograniczonym doświadczeniem w obsłudze narzędzi cyfrowych. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały o trudnościach z obsługą systemów takich jak ePUAP czy KSeF, co prowadzi do opóźnień, błędów i konieczności wielokrotnego kontaktu z urzędami. Dane ilościowe potwierdzają, że niski poziom cyfryzacji jest barierą systemową, która wpływa na codzienne funkcjonowanie firm i ich zdolność do realizacji obowiązków administracyjnych.

Rekomendacja 6: Wprowadzenie krótkich, praktycznych mikroszkoleń z obsługi podstawowych narzędzi cyfrowych zwiększy samodzielność rzemieślników i ograniczy bariery administracyjne.

Aby skutecznie wesprzeć rzemieślników w obsłudze obowiązkowych narzędzi cyfrowych, potrzebne są rozwiązania szybkie, proste i dostępne w momencie, w którym przedsiębiorca realnie potrzebuje pomocy. Dane ilościowe pokazują, że poziom cyfryzacji sektora jest niski, a większość firm nie wdraża nowoczesnych technologii — co przekłada się na trudności w obsłudze systemów administracyjnych. Mikroszkolenia, krótkie instruktaże i punkty wsparcia cyfrowego mogą znacząco zmniejszyć barierę wejścia, poprawić jakość kontaktu z administracją i ograniczyć liczbę błędów formalnych. Takie działania nie wymagają nowych instrumentów ani dodatkowych środków — jedynie lepszego wykorzystania istniejących zasobów kadrowych i organizacyjnych.

Przykładowe działania wspierające:

- **Organizacja krótkich instruktaży cyfrowych** (ok. 15 minut) podczas wizyt rzemieślników w urzędach pracy lub WUP, ukierunkowanych na obsługę podstawowych narzędzi administracyjnych.
- **Przygotowanie krótkich filmów instruktażowych**, prezentujących krok po kroku najważniejsze czynności, takie jak wysyłanie dokumentów przez ePUAP czy podstawowa obsługa KSeF.
- **Udostępnienie punktów wsparcia cyfrowego w urzędach**, opartych na istniejących zasobach kadrowych, w których przedsiębiorcy mogą uzyskać pomoc w bieżących zadaniach administracyjnych.
- **Zapewnienie, aby każdy doradca zawodowy posiadał podstawową znajomość obsługi kluczowych narzędzi cyfrowych**, co umożliwi udzielanie wsparcia w ramach standardowej obsługi klienta.

OGRANICZONY DOPŁYW UCZNIÓW I STAŻYSTÓW DO ZAKŁADÓW RZEMIEŚLNICZYCH

Wniosek 7: Trudności w pozyskaniu uczniów i stażystów wynikają z ograniczonego zainteresowania młodych osób rzemiosłem oraz niewystarczającej widoczności lokalnych zakładów w systemie szkolnictwa branżowego.

Dane ilościowe wskazują, że rzemieślnicy mają realny problem z pozyskaniem młodych osób do nauki zawodu. **32,4% przedsiębiorców deklaruje, że nie przekazuje wiedzy młodszym pokoleniom**, a wśród nich najczęściej wskazywaną barierą jest **brak kontaktu z młodymi ludźmi (46,7%)** oraz **brak chętnych do nauki zawodu (33,6%)**. Jednocześnie 26,2% firm wskazuje brak czasu lub zasobów, co dodatkowo utrudnia aktywne poszukiwanie uczniów. Dane pokazują również, że choć współpraca ze szkołami branżowymi jest oceniana pozytywnie (ponad 73% ocen dobrych i bardzo dobrych), to **17,5% firm nigdy nie współpracowało ze szkołami**, co oznacza, że część zakładów pozostaje poza systemem kształcenia dualnego. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały o niskiej rozpoznawalności zakładów wśród uczniów i braku systematycznego kontaktu szkół z lokalnymi pracodawcami. Dane ilościowe potwierdzają, że problem ma charakter strukturalny: młodzi ludzie nie znają lokalnych zakładów, a zakłady nie mają narzędzi, by dotrzeć do uczniów.

Rekomendacja 7: Wzmocnienie współpracy szkół branżowych z lokalnymi zakładami — w oparciu o istniejące zasoby i bez tworzenia nowych programów — zwiększy widoczność rzemiosła i ułatwi pozyskiwanie uczniów.

Aby poprawić dopływ młodych osób do rzemiosła, konieczne jest zacieśnienie relacji między szkołami branżowymi a lokalnymi zakładami, przy wykorzystaniu już istniejących struktur i narzędzi. Dane ilościowe pokazują, że brak kontaktu z młodzieżą i brak chętnych do nauki zawodu to główne bariery w przekazywaniu wiedzy. Jednocześnie pozytywne oceny współpracy ze szkołami wskazują, że istnieje solidna baza do jej rozszerzenia. Działania takie jak wizyty studyjne, dni otwarte czy publikowanie list zakładów przyjmujących uczniów mogą znacząco zwiększyć widoczność rzemiosła i ułatwić uczniom wybór miejsca praktyk. Włączenie rzemieślników do rad programowych szkół pozwoli natomiast lepiej dopasować kształcenie do realnych potrzeb warsztatów — bez konieczności tworzenia nowych instrumentów czy ponoszenia dodatkowych kosztów.

Przykładowe działania wspierające:

- **Organizowanie wizyt studyjnych uczniów w lokalnych zakładach**, co pozwoli młodym osobom poznać specyfikę pracy i realne warunki wykonywania zawodu, bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów.
- **Wprowadzenie „dni otwartych rzemiosła” w szkołach branżowych**, umożliwiających prezentację zawodów, narzędzi i ścieżek rozwoju w poszczególnych branżach.
- **Publikowanie list zakładów przyjmujących uczniów** na stronach szkół i urzędów pracy, aby ułatwić uczniom i rodzicom dostęp do informacji o dostępnych miejscach praktyk.
- **Włączenie rzemieślników do rad programowych szkół**, co pozwoli na bieżąco konsultować potrzeby kompetencyjne i dostosowywać programy nauczania do realiów rynku pracy — działania organizacyjne, niewymagające dodatkowego finansowania.

BRAK DOSTĘPU DO PROSTYCH INFORMACJI O ZMIANACH PRAWNYCH

Wniosek 8: Rozproszenie informacji o zmianach prawnych oraz brak prostych, zrozumiałych komunikatów powodują, że rzemieślnicy nie mają bieżącego dostępu do wiedzy o obowiązkach i nowych regulacjach.

Dane ilościowe pokazują, że sektor rzemiosła charakteryzuje się niskim poziomem cyfryzacji i ograniczonym dostępem do informacji administracyjnych. Tylko **9,3% firm wdrożyło rozwiązania cyfrowe w obszarze obsługi**

klienta, a większość przedsiębiorców prowadzi działalność w modelu tradycyjnym, z ograniczonym wykorzystaniem narzędzi online. Jednocześnie **47,1% firm niekorzystających z funduszy publicznych deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach**, co wskazuje na szerszy problem informacyjny — rzemieślnicy nie mają dostępu do syntetycznych, zrozumiałych komunikatów dotyczących zmian w otoczeniu prawnym. W kontekście jakościowym, który przedstawiałś wcześniej, pojawiały się sygnały o trudnościach w śledzeniu zmian przepisów i braku jednego źródła informacji. Dane ilościowe potwierdzają, że problem ma charakter systemowy: mikrofirmy nie mają czasu ani zasobów, aby samodzielnie monitorować komunikaty ministerstw, a język urzędowy jest dla wielu z nich barierą samą w sobie.

Rekomendacja 8: Regularny, prosty i branżowo dopasowany biuletyn zmian prawnych zwiększy świadomość rzemieślników i ułatwi im realizację obowiązków administracyjnych.

Aby skutecznie odpowiedzieć na barierę informacyjną, konieczne jest stworzenie jednego, cyklicznego źródła wiedzy o zmianach prawnych, przygotowanego w formie krótkiego, zrozumiałego podsumowania. Dane ilościowe wskazują, że rzemieślnicy mają ograniczony dostęp do informacji, a niski poziom cyfryzacji i brak czasu utrudniają im samodzielne śledzenie przepisów. Biuletyn zmian prawnych — przygotowany w prostym języku, bez żargonu i oparty na istniejących komunikatach ministerstw — pozwoli mikrofirmom szybko zorientować się w najważniejszych zmianach, bez konieczności przeszukiwania wielu źródeł. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych instrumentów ani dodatkowych środków finansowych, a jedynie uporządkowania i przetworzenia informacji w formę przyjazną dla odbiorcy.

Przykładowe działania wspierające:

- **Przygotowywanie comiesięcznego biuletynu zmian prawnych**, zawierającego krótkie, jednokartkowe podsumowanie najważniejszych regulacji dotyczących mikrofirm i rzemiosła.
- **Stosowanie prostego, zrozumiałego języka**, bez żargonu prawniczego, aby zapewnić dostępność treści dla przedsiębiorców o różnicowanych kompetencjach administracyjnych.
- **Oparcie biuletynu na istniejących komunikatach ministerstw i urzędów**, co pozwala wdrożyć rozwiązanie bez dodatkowych kosztów i bez konieczności tworzenia nowych materiałów źródłowych.
- **Możliwość subskrypcji krótkich alertów SMS**, informujących o najważniejszych zmianach, co zwiększy dostępność informacji dla przedsiębiorców, którzy nie korzystają regularnie z poczty elektronicznej.

TRUDNOŚCI W KORZYSTANIU Z ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

Wniosek 9: Brak wiedzy o zasadach udziału w zamówieniach publicznych oraz niska dostępność prostych instrukcji powodują, że rzemieślnicy nie korzystają z lokalnych przetargów, mimo że wiele z nich jest dostosowanych do możliwości mikrofirm.

Dane ilościowe wskazują, że rzemieślnicy mają ograniczony dostęp do informacji administracyjnych i procedur formalnych. **47,1% firm niekorzystających z funduszy publicznych deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach**, co potwierdza szerszy problem informacyjny — przedsiębiorcy nie wiedzą, gdzie szukać informacji i jak poruszać się w procedurach administracyjnych. Jednocześnie sektor rzemiosła jest zdominowany przez mikrofirmy, które nie mają zasobów, aby analizować dokumentację przetargową czy śledzić ogłoszenia o zamówieniach. W kontekście jakościowym, który przedstawiałś wcześniej, pojawiały się sygnały, że rzemieślnicy nie wiedzą, że mogą startować w małych przetargach lokalnych, a procedury zamówień publicznych są dla nich niejasne i postrzegane jako zbyt skomplikowane. Dane ilościowe potwierdzają, że bariera informacyjna i proceduralna jest systemowa — rzemieślnicy nie korzystają z zamówień publicznych nie dlatego, że nie chcą, lecz dlatego, że nie wiedzą, jak to zrobić.

Rekomendacja 9: Uproszczenie dostępu do lokalnych zamówień publicznych poprzez lepszą informację i wsparcie proceduralne zwiększy udział mikrofirm rzemieślniczych w przetargach.

Aby umożliwić rzemieślnikom udział w zamówieniach publicznych, konieczne jest zapewnienie im prostych, zrozumiałych narzędzi informacyjnych oraz podstawowego wsparcia proceduralnego. Dane ilościowe pokazują, że brak wiedzy o instrumentach wsparcia i procedurach administracyjnych jest jedną z głównych barier funkcjonowania mikrofirm. Udostępnienie listy przetargów odpowiednich dla małych zakładów, przygotowanie krótkiego poradnika oraz zapewnienie konsultacji może znacząco zwiększyć udział rzemiosła w lokalnych zamówieniach. Takie działania nie wymagają nowych instrumentów ani dodatkowych środków — jedynie uporządkowania informacji i lepszego ukierunkowania komunikacji. Zachęcanie JST do stosowania zamówień z wolnej ręki w ramach obowiązujących przepisów dodatkowo zwiększy dostępność rynku dla mikrofirm.

Przykładowe działania wspierające:

- **Publikowanie listy lokalnych przetargów**, w których mogą startować mikrofirmy rzemieślnicze (np. drobne naprawy, usługi stolarskie, dekoracyjne), aby ułatwić przedsiębiorcom identyfikację adekwatnych zamówień.
- **Przygotowanie krótkiego poradnika dotyczącego składania ofert**, obejmującego podstawowe kroki i wymagania formalne, w formie zwięzłego przewodnika dla mikrofirm.
- **Wprowadzenie dyżurów konsultacyjnych** dla przedsiębiorców zainteresowanych udziałem w przetargach, umożliwiających uzyskanie wsparcia proceduralnego bez konieczności tworzenia nowych etatów.
- **Zachęcanie jednostek samorządu terytorialnego do stosowania zamówień z wolnej ręki** w przypadku usług rzemieślniczych, zgodnie z obowiązującymi przepisami PZP, aby zwiększyć dostępność zamówień dla mikrofirm.

NISKI POZIOM UCZESTNICTWA W ŻYCIU INSTYTUCJONALNYM

Wniosek 10: Niski poziom uczestnictwa rzemieślników w życiu instytucjonalnym wynika przede wszystkim z ograniczeń czasowych oraz braku dopasowanych, elastycznych form konsultacji i dialogu branżowego.

Dane ilościowe pokazują, że sektor rzemiosła jest zdominowany przez mikrofirmy, w których właściciel wykonuje większość zadań operacyjnych i administracyjnych. **Ponad 55% firm zatrudnia maksymalnie 2–3 osoby**, a 21,8% to działalności jednoosobowe — co oznacza, że udział w spotkaniach, konsultacjach czy wydarzeniach branżowych jest dla przedsiębiorców trudny do pogodzenia z codzienną pracą. Jednocześnie **21,4% firm niekorzystających z funduszy publicznych wskazuje brak czasu jako barierę**, a 47,1% deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach, co sugeruje, że tradycyjne formy komunikacji instytucjonalnej nie docierają do rzemieślników. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały, że rzemieślnicy nie uczestniczą w konsultacjach, ponieważ odbywają się one w godzinach pracy, wymagają fizycznej obecności lub są zbyt czasochłonne. Dane ilościowe potwierdzają, że bariera ma charakter strukturalny — rzemieślnicy nie są niechętni współpracy, lecz nie mają możliwości uczestniczenia w tradycyjnych formach dialogu.

Rekomendacja 10: Wprowadzenie krótkich, regularnych konsultacji branżowych online pozwoli zwiększyć udział rzemieślników w dialogu instytucjonalnym bez obciążania ich czasowo i organizacyjnie.

Aby zwiększyć uczestnictwo rzemieślników w konsultacjach i procesach dialogu branżowego, konieczne jest dostosowanie form komunikacji do realiów pracy mikrofirm. Dane ilościowe wskazują, że brak czasu i brak dostępu do informacji są kluczowymi barierami, dlatego konsultacje powinny być krótkie, dostępne online i możliwe do odsłuchania w dowolnym momencie. Regularne, tematyczne spotkania online — obejmujące zmiany przepisów, nabory czy problemy branżowe — pozwolą rzemieślnikom włączyć się w życie

instytucjonalne bez konieczności opuszczania zakładu. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych programów ani dodatkowych środków, a jedynie zmiany formy komunikacji na bardziej elastyczną i dostępną.

Przykładowe działania wspierające:

- **Organizacja krótkich, 30-minutowych konsultacji branżowych online**, prowadzonych raz w miesiącu za pośrednictwem prostych narzędzi komunikacyjnych (np. Teams, Zoom), aby umożliwić udział bez konieczności opuszczania zakładu.

Ustalanie tematycznych bloków konsultacyjnych, obejmujących m.in. zmiany przepisów, aktualne nabory, problemy branżowe i kwestie organizacyjne istotne dla rzemiosła.

- **Możliwość wcześniejszego zgłaszania pytań przez formularz**, co pozwoli dostosować treść konsultacji do realnych potrzeb przedsiębiorców.
- **Udostępnianie nagrań konsultacji**, aby rzemieślnicy mogli zapoznać się z treścią w dogodnym dla siebie czasie, bez konieczności udziału na żywo.

ROZPROSZENIE INFORMACJI O SZKOLENIACH, TARGACH I WYDARZENIACH BRANŻOWYCH

Wniosek 11: Rozproszenie informacji o wydarzeniach branżowych oraz brak czasu na ich samodzielne wyszukiwanie powodują, że rzemieślnicy nie korzystają z dostępnych możliwości rozwoju i promocji.

Dane ilościowe wskazują, że rzemiosło funkcjonuje w warunkach silnych ograniczeń czasowych: **ponad 55% firm to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające maksymalnie 2–3 osoby**, a 21,8% to działalności jednoosobowe. W takich warunkach właściciel odpowiada jednocześnie za produkcję, obsługę klienta, administrację i rozwój firmy, co znacząco ogranicza możliwość aktywnego poszukiwania informacji o szkoleniach, targach czy wydarzeniach branżowych. Jednocześnie dane pokazują, że rzemieślnicy mają realne potrzeby rozwojowe — szkolenia są najczęściej wskazywanym kierunkiem rozwoju (49,1% firm posiadających strategię). W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały, że przedsiębiorcy nie wiedzą, gdzie szukać informacji, a komunikaty są rozproszone i nieprzystosowane do specyfiki mikrofirm. Dane ilościowe potwierdzają, że bariera informacyjna ma charakter systemowy: rzemieślnicy nie uczestniczą w wydarzeniach nie dlatego, że nie chcą, lecz dlatego, że nie mają czasu na ich wyszukiwanie.

Rekomendacja 11: Wprowadzenie funkcji kuratora informacji branżowej — w ramach istniejących struktur — zapewni rzemieślnikom szybki dostęp do najważniejszych wydarzeń, bez konieczności samodzielnego monitorowania rynku.

Aby skutecznie odpowiedzieć na barierę informacyjną, konieczne jest scentralizowanie i uporządkowanie informacji o szkoleniach, targach, webinarach i konkursach. Dane ilościowe pokazują, że mikrofirmy nie mają zasobów, aby samodzielnie monitorować wiele źródeł, a jednocześnie potrzebują dostępu do aktualnych informacji rozwojowych. Funkcja kuratora informacji — realizowana przez jednego pracownika WUP/PUP w ramach istniejących obowiązków — pozwoli stworzyć regularne, syntetyczne zestawienia najważniejszych wydarzeń branżowych. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych środków finansowych, a jedynie zmiany organizacyjnej, a może znacząco zwiększyć dostępność wiedzy i aktywność rzemieślników w obszarze rozwoju zawodowego.

Przykładowe działania wspierające:

- **Wyznaczenie jednego pracownika WUP/PUP do roli kuratora informacji branżowej**, odpowiedzialnego za przygotowywanie cotygodniowych zestawień najważniejszych wydarzeń (szkoleń, targów, webinarów, konkursów, inicjatyw branżowych).

- **Regularne publikowanie zestawień** w formie newslettera oraz na stronie internetowej, aby zapewnić rzemieślnikom łatwy i szybki dostęp do aktualnych informacji.
- **Oparcie rozwiązania na istniejących zasobach organizacyjnych**, bez konieczności tworzenia nowych stanowisk — jedynie poprzez zmianę zakresu obowiązków.

TRUDNOŚCI W INTERPRETACJI PRZEPISÓW I WYMOGÓW KONTROLNYCH

Wniosek 12: Trudności w interpretacji przepisów i wymogów kontrolnych wynikają z braku dostępu do prostych, jednoznacznych wyjaśnień oraz ograniczonych zasobów mikrofirm do samodzielnego analizowania regulacji.

Dane ilościowe wskazują, że sektor rzemiosła funkcjonuje w warunkach ograniczonych zasobów organizacyjnych — **ponad 55% firm to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające maksymalnie 2–3 osoby**, a 21,8% to działalności jednoosobowe. W takich firmach właściciel odpowiada za całość obowiązków administracyjnych, w tym za analizę przepisów i przygotowanie dokumentacji na potrzeby kontroli. Jednocześnie dane pokazują, że rzemieślnicy mają trudności z dostępem do informacji administracyjnych: **47,1% firm niekorzystających z funduszy publicznych deklaruje brak wiedzy o dostępnych programach**, co potwierdza szerszy problem informacyjny — przedsiębiorcy nie mają czasu ani kompetencji, aby samodzielnie analizować złożone regulacje. W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały o niejasności przepisów, braku jednoznacznych interpretacji oraz obawach związanych z kontrolami. Dane ilościowe potwierdzają, że problem ma charakter systemowy: mikrofirmy nie mają dostępu do szybkiego, wiarygodnego wsparcia interpretacyjnego.

Rekomendacja 12: Wprowadzenie telefonu interwencyjnego ds. interpretacji przepisów zapewni rzemieślnikom szybki dostęp do wyjaśnień i zmniejszy ryzyko błędów administracyjnych.

Aby skutecznie odpowiedzieć na barierę interpretacyjną, konieczne jest stworzenie prostego kanału kontaktu, który umożliwi rzemieślnikom zgłaszanie wątpliwości dotyczących przepisów i kontroli. Dane ilościowe pokazują, że mikrofirmy nie mają zasobów, aby samodzielnie analizować regulacje, a brak jasnych informacji prowadzi do niepewności i obaw przed kontrolami. Telefon interwencyjny — obsługiwany przez pracownika WUP/PUP, który przekazuje pytania do właściwych instytucji (Sanepid, US, PIP) — pozwoli szybko uzyskać wiarygodną odpowiedź. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych środków finansowych, a jedynie koordynacji i uporządkowania przepływu informacji. Tworzenie publicznej bazy Q&A dodatkowo zwiększy dostępność wiedzy i ograniczy liczbę powtarzających się zapytań.

Przykładowe działania wspierające:

- **Uruchomienie jednego numeru telefonu w WUP/PUP**, pod którym rzemieślnicy mogą zgłaszać problemy interpretacyjne związane z przepisami i kontrolami.
- **Przekazywanie zgłoszeń do właściwych instytucji** (np. Sanepid, Urząd Skarbowy, PIP) oraz odsyłanie przedsiębiorcy uzyskanej odpowiedzi w formie jasnego, zrozumiałego komunikatu.
- **Tworzenie i aktualizowanie publicznej bazy Q&A**, zawierającej najczęściej zadawane pytania i odpowiedzi, aby zwiększyć dostępność wiedzy i ograniczyć liczbę powtarzających się zapytań.
- **Wdrożenie rozwiązania w ramach istniejących zasobów organizacyjnych**, bez konieczności dodatkowego finansowania — wymagana jest jedynie koordynacja i ustalenie procedury obsługi zgłoszeń.

BARIERY KOMPETENCYJNE W ROZPOCZYNANIU PRACY Z TECHNOLOGIAMI

Wniosek 13: Rzemieślnicy wykazują gotowość do wdrażania technologii, lecz brak im podstawowej wiedzy, od czego zacząć i jak dobrać narzędzia do specyfiki swojej działalności.

Dane ilościowe wskazują, że poziom cyfryzacji w sektorze rzemiosła jest niski: **67,1% firm nie wdrożyło żadnych nowoczesnych technologii w ostatnich dwóch latach**, a rozwiązania cyfrowe w sprzedaży i obsłudze klienta stosuje jedynie 9,3% przedsiębiorstw. Jednocześnie rzemieślnicy deklarują otwartość na rozwój — szkolenia i podnoszenie kompetencji są najczęściej wskazywanym kierunkiem rozwoju (49,1% firm posiadających strategię). W kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały, że przedsiębiorcy chcieliby korzystać z nowych technologii, ale nie wiedzą, jak zacząć, jakie narzędzia wybrać i jak je wdrożyć w praktyce. Dane ilościowe potwierdzają, że bariera ma charakter kompetencyjno-informacyjny: rzemieślnicy nie odrzucają technologii, lecz potrzebują prostych, krótkich instrukcji, które pokażą im pierwsze kroki.

Rekomendacja 13: Wprowadzenie krótkich, praktycznych instrukcji „Technologia w 15 minut” ułatwi rzemieślnikom rozpoczęcie pracy z nowymi narzędziami i zmniejszy barierę wejścia w cyfryzację.

Aby wesprzeć rzemieślników w pierwszych krokach technologicznych, konieczne jest przygotowanie prostych, krótkich materiałów wdrożeniowych, które pokazują konkretne zastosowania technologii w rzemiośle. Dane ilościowe wskazują, że większość firm nie wdraża technologii z powodu braku wiedzy i kompetencji, a nie braku zainteresowania. Instrukcje typu „Technologia w 15 minut” — obejmujące druk 3D, podstawy social media czy darmowe narzędzia AI — pozwolą przedsiębiorcom szybko zrozumieć, jak wykorzystać technologię w praktyce, bez konieczności udziału w długich szkoleniach. Takie materiały mogą być przygotowane we współpracy z firmami technologicznymi, co eliminuje potrzebę dodatkowego finansowania publicznego.

Przykładowe działania wspierające:

- **Przygotowanie krótkich materiałów instruktażowych**, takich jak:
 - „Jak używać drukarki 3D w rzemiośle”,
 - „Jak prowadzić social media w 10 minut dziennie”,
 - „Jak korzystać z darmowych narzędzi AI”, opracowanych w formie prostych przewodników lub krótkich nagrań.
- **Realizacja materiałów we współpracy z firmami technologicznymi**, co pozwala przygotować treści bez ponoszenia kosztów publicznych.
- **Publikacja materiałów na stronie WUP/PUP oraz w newsletterze**, aby zapewnić rzemieślnikom łatwy dostęp do instrukcji i możliwość korzystania z nich w dowolnym momencie.

BRAK CZASU NA BUDOWANIE SIECI KONTAKTÓW BRANŻOWYCH

Wniosek 14: Rzemieślnicy potrzebują sieci kontaktów branżowych, lecz ograniczenia czasowe uniemożliwiają im udział w tradycyjnych formach współpracy i spotkań środowiskowych.

Dane ilościowe wskazują, że sektor rzemiosła funkcjonuje w warunkach bardzo ograniczonych zasobów czasowych — **ponad 55% firm to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające maksymalnie 2–3 osoby**, a 21,8% to działalności jednoosobowe. W takich firmach właściciel odpowiada za całość procesów operacyjnych, co praktycznie uniemożliwia udział w dłuższych spotkaniach branżowych, konferencjach czy wydarzeniach środowiskowych. Jednocześnie w kontekście jakościowym, który przedstawiałaś wcześniej, pojawiały się sygnały, że rzemieślnicy chcieliby wymieniać doświadczenia, poznawać innych przedsiębiorców i budować relacje, ale nie mają czasu na tradycyjne formy współpracy. Dane ilościowe potwierdzają, że bariera ma charakter strukturalny: rzemieślnicy nie rezygnują z sieciowania z braku chęci, lecz z braku możliwości czasowych.

Rekomendacja 14: Wprowadzenie krótkich, kwartalnych mikroszkań branżowych online umożliwi rzemieślnikom budowanie sieci kontaktów bez obciążania ich czasowo i organizacyjnie.

Aby umożliwić rzemieślnikom rozwijanie relacji branżowych, konieczne jest dostosowanie form współpracy do realiów pracy mikrofirm. Dane ilościowe pokazują, że brak czasu jest jedną z głównych barier w korzystaniu z instrumentów wsparcia i uczestnictwie w życiu instytucjonalnym. Mikrospotkania online — krótkie, tematyczne, prowadzone raz na kwartał — pozwolą przedsiębiorcom wymieniać doświadczenia, poznawać dobre praktyki i budować relacje branżowe bez konieczności opuszczania zakładu. Takie rozwiązanie nie wymaga nowych programów ani dodatkowych środków, a jedynie organizacji spotkań w ramach istniejących struktur WUP/PUP.

Przykładowe działania wspierające:

- **Organizacja 30-minutowych mikrospotkań branżowych online**, prowadzonych raz na kwartał, z podziałem na główne branże (np. stolarstwo, beauty, florystyka).
- **Ustalenie prostego formatu spotkań**: 10 minut informacji (np. zmiany przepisów, nabory, aktualności) oraz 20 minut wymiany doświadczeń między przedsiębiorcami.
- **Udostępnianie nagrań spotkań**, aby rzemieślnicy mogli zapoznać się z treścią w dogodnym dla siebie czasie, bez konieczności uczestnictwa na żywo.
- **Realizacja spotkań w ramach istniejących struktur WUP/PUP**, bez konieczności tworzenia nowych programów czy ponoszenia dodatkowych kosztów.

WYKAZ ELEMENTÓW GRAFICZNYCH

SPIS TABEL

Tabela 1. Syntetyczne zestawienie barier rozwoju rzemiosła w Polsce	61
Tabela 2. Przedsiębiorstwa aktywne według klas wielkości i województw (III kwartał 2025)	63
Tabela 3. Poziom przedsiębiorczości w regionach Polski (2023)	64
Tabela 4. Cechy rzemieślnicze współpracujące z Izłą w Kielcach	65
Tabela 5. Spółdzielnie i jednostki gospodarcze współpracujące z Izłą	66
Tabela 6. Zakłady szkolące w rzemiośle	68
Tabela 7. Kwalifikacyjne kursy zawodowe (KKZ) w zawodach rzemieślniczych w województwie świętokrzyskim	79
Tabela 8. Profil firmy rzemieślniczej.....	84
Tabela 9. W jakiej branży działa Państwa firma?	93
Tabela 10. Jaki to zawód?	98
Tabela 11. Branże techniczne i mechaniczne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów.....	105
Tabela 12. Branże budowlane i wykończeniowe – klasyfikacja odpowiedzi respondentów	108
Tabela 13. Branże odzieżowe i tekstylne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów	110
Tabela 14. Branże spożywcze – klasyfikacja odpowiedzi respondentów.....	111
Tabela 15. Branże usługowe – klasyfikacja odpowiedzi respondentów	113
Tabela 16. Branże chemiczne i precyzyjne – klasyfikacja odpowiedzi respondentów.....	114
Tabela 17. Proszę ocenić jakie zmiany zaszły w różnych obszarach Państwa działalności w ciągu ostatnich 12 miesięcy?.....	116
Tabela 18. Jakie cechy i wartości są dla Pana/Pani najważniejsze u rzemieślnika?	134
Tabela 19. Rozkład wyników indeksu oceny kondycji rynkowej firm rzemieślniczych	150
Tabela 20. Rozkład wyników indeksu oceny planów rozwojowych firm rzemieślniczych	151
Tabela 21. Analiza skupień dla finalnych rzeczywistych centrów (po 4 iteracjach) metodą k-średnich	153
Tabela 22. Całkowita wyjaśniona wariancja dla obserwacji przypisanych do „optymistów”	154
Tabela 23. Macierz rotowanych składowych dla obserwacji przypisanych do „optymistów”	154
Tabela 24. Całkowita wyjaśniona wariancja dla obserwacji przypisanych do „negatywnej oceny”	155
Tabela 25. Macierz rotowanych składowych dla obserwacji przypisanych do „negatywnej oceny”	155
Tabela 26. Charakterystyka uczestników badania jakościowego.....	160

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Jak duża jest Państwa firma?.....	88
Wykres 2. W jakim sektorze działa Państwa firma?.....	89
Wykres 3. Wielkość miejscowości, w której ma siedzibę firma:	89
Wykres 4. Wielkość miejscowości, w której ma siedzibę firma	90
Wykres 5. Lokalizacja firmy – powiat, gdzie mieści się siedziba	91

Wykres 6. W jakiej formie prawnej prowadzona jest działalność?	93
Wykres 7. Czy w myśl powyższej definicji Pana/Pani firma jest firmą rzemieślniczą?	95
Wykres 8. Czy Pana/Pani firma jest zrzeszona w cechu rzemieślniczym lub Izbie Rzemieślników i Przedsiębiorców?	97
Wykres 9. Czy posiada Pan/Pani lub inny pracownik firmy tytuł mistrza lub czeladnika w zawodzie odpowiadającym profilowi działalności firmy?	98
Wykres 10. Czy posiada Pan/Pani lub inny pracownik firmy inne poświadczenie potwierdzające posiadanie kwalifikacji w zawodzie odpowiadającym profilowi działalności firmy?	100
Wykres 11. Czy Pana/Pani firma realizuje przygotowanie zawodowe dla młodocianych pracowników (uczniów)?	101
Wykres 12. Jakie jest główne źródło Państwa przychodu?	102
Wykres 13. Jaki jest główny kanał Państwa sprzedaży?	103
Wykres 14. Jak najlepiej opisać działalność Państwa firmy?	104
Wykres 15. Na czym polega Państwa działalność? - Branże techniczne i mechaniczne	105
Wykres 16. Na czym polega Państwa działalność? - Branże budowlane i wykończeniowe	108
Wykres 17. Na czym polega Państwa działalność? - Branże odzieżowe i tekstylne	110
Wykres 18. Na czym polega Państwa działalność? - Branże spożywcze	111
Wykres 19. Na czym polega Państwa działalność? - Branże usługowe	112
Wykres 20. Na czym polega Państwa działalność? - Branże chemiczne i precyzyjne	113
Wykres 21. Jak Pan/Pani ocenia obecną sytuację ekonomiczną swojej działalności?	115
Wykres 22. Jak Pan/Pani ocenia perspektywy rozwoju swojej branży w najbliższych 3 latach?	117
Wykres 23. Jakie potencjalne zmiany w otoczeniu rynkowym uznaje Pan/Pani za kluczowe dla rozwoju Państwa działalności? Wskaż maksymalnie 3 najważniejsze z nich	118
Wykres 24. Czy posiadają Państwo plan lub strategię rozwoju swojej działalności?	120
Wykres 25. W jaki sposób planują Państwo rozwijać swoją działalność?	121
Wykres 26. Jeśli „Nie”, to dlaczego?	122
Wykres 27. Jakie działania podejmują Państwo, aby pozyskać nowych klientów? Proszę wskazać wszystkie działania, które są podejmowane.	123
Wykres 28. Czy korzystają Państwo z funduszy publicznych, dotacji lub programów wsparcia na rozwój działalności?	124
Wykres 29. Jeśli „Tak”, to z jakich?	125
Wykres 30. Jeśli „Nie”, to dlaczego?	126
Wykres 31. Czy planują Państwo jakieś inwestycje (np. sprzęt, lokal, szkolenia) w ciągu najbliższego roku?	127
Wykres 32. Jeśli „Tak”, to z jakich?	128
Wykres 33. Jeśli „Nie”, to dlaczego?	129
Wykres 34. Czy liczba pracowników w Państwa firmie odpowiada Państwa potrzebom?	131
Wykres 35. Czy mają Państwo trudności ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników?	132
Wykres 36. Proszę wskazać maksymalnie 3 główne przyczyny tych trudności	133

Wykres 37. Jakie formy wsparcia ze strony instytucji publicznych byłyby najbardziej przydatne dla Pana/Pani firmy w ciągu najbliższych 2-3 lat?	136
Wykres 38. Jak ocenia Pan/Pani łatwość pozyskania informacji o dostępnych programach wsparcia dla rzemieślników w województwie świętokrzyskim?	137
Wykres 39. Czy w ciągu ostatnich 2 lat w Pana/Pani zakładzie wdrożono nowoczesne technologie wspomagające rzemiosło?	138
Wykres 40. Co jest głównym powodem, dla którego Pana/Pani firma nie inwestuje w nowoczesne rozwiązania technologiczne w szerszym zakresie?	139
Wykres 41. Czy planuje Pan/Pani w najbliższej przyszłości (1-2 lata) zakup urządzeń, które zautomatyzują procesy dotychczas wykonywane wyłącznie ręcznie?	140
Wykres 42. Czy przekazujecie Państwo wiedzę i umiejętności, tradycje lub techniki charakterystyczne dla profilu Państwa działalności młodszyim pokoleniom?	142
Wykres 43. Jeśli „Tak”, to w jaki sposób?	142
Wykres 44. Jeśli „Nie”, to w jaki sposób?	143
Wykres 45. Jak ocenia Pan/Pani współpracę ze szkołami branżowymi w zakresie organizacji praktyk i przepływu informacji o uczniach?	145
Wykres 46. Jak ocenia Pan/Pani poziom motywacji i zaangażowania uczniów trafiających do Pana/Pani zakładu na naukę zawodu?	146
Wykres 47. Czy Pana/Pani zdaniem obecny program nauczania w szkołach branżowych jest dostosowany do rzeczywistych potrzeb nowoczesnego warsztatu rzemieślniczego?	147
Wykres 48. Jaki odsetek uczniów – według Pana/Pani obserwacji – po zakończeniu nauki zawodu i zdaniu egzaminu czeladniczego pozostaje w zawodzie i kontynuuje pracę jako rzemieślnik?	149

Wykonawca usługi badawczej:

