



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



---

*Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego*

# **RAPORT Z BADAŃ JAKOŚCIOWYCH**

w ramach projektu  
**„Wyprzedzić zmianę – partnerstwo lokalne  
dla rozwoju gospodarczego powiatu chojnickiego”**

**Autor:  
Aleksandra Majewska**

**Sopot 2012**



## SPIS TREŚCI

1. Wstęp .....	3
2. Najważniejsze wyniki .....	4
3. Jakość życia w powiecie chojnickim .....	6
4. Atrakcyjność inwestycyjna powiatu .....	9
4.1. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej .....	9
4.2. Aktywność władz .....	10
5. Przedsiębiorstwa w powiecie .....	12
5.1. Sytuacja i rozwój przedsiębiorstw w powiecie .....	12
5.2. Dominujące branże .....	13
5.3. Rynki zbytu .....	14
5.4. Liderzy powiatu .....	14
5.5. Energetyka odnawialna .....	15
6. Potencjał turystyczny powiatu .....	16
6.1. Ocena potencjału turystycznego .....	16
6.2. Poziom wykorzystania potencjału turystycznego .....	17
6.3. Klaster turystyczny .....	19
6.4. Ochrona środowiska .....	19
7. Rynek pracy i edukacja w powiecie .....	21
7.1. Rynek pracy w powiecie .....	21
7.2. Poszukiwani pracownicy .....	22
7.3. Ocena oferty edukacyjnej .....	23
8. Potencjał gospodarczy powiatu .....	25
8.1. Współpraca dla rozwoju gospodarczego .....	25
8.2. Czynniki decydujące o gospodarce powiatu .....	26
8.3. Przyszłość gospodarki powiatu .....	27
9. Aneks- scenariusz IDI.....	28



## 1. Wstęp

W lutym 2012 roku agencja badawcza PBS przeprowadziła badania jakościowe w ramach projektu: „Wyprzedzić zmianę – partnerstwo lokalne dla rozwoju gospodarczego powiatu chojnickiego”.

Badanie miało na celu diagnozę potencjału gospodarczego powiatu chojnickiego.

Zrealizowano 25 Indywidualnych Wywiadów Pogłębionych. Podział próby wyglądał następująco:

- przedstawiciele władz miejskich i gminnych (burmistrzowie, wójtowie) – 4 IDI,
- przedstawiciele władz powiatu – 2 IDI,
- respondenci związani z edukacją i oświatą – 4 IDI,
- przedstawiciele NGO – 4 IDI,
- dziennikarze lokalnych mediów – 2 IDI,
- przedstawiciele PUP – 2 IDI,
- przedsiębiorcy i organizacje przedsiębiorców – 7 IDI.

19 wywiadów odbyło się w Chojnicach, 3 w Brusach, 2 w Czersku i 1 w Pawłótku.

*Dostowne wypowiedzi respondentów oznaczono w raporcie kursywą.*



## 2. Najważniejsze wyniki

**Pozytywna ocena jakości życia w powiecie chojnickim** wiąże się bardziej z walorami przyrodniczymi i krajobrazowymi oraz przywiązaniem do miejsca zamieszkania niż z udogodnieniami infrastrukturalnymi. Na dobrą ocenę wpływają również widoczne zmiany, które zaszły w powiecie w ostatnich latach. **Problemem** dla mieszkańców jest **komunikacja miejska**, niewystarczająca **infrastruktura drogowa**, a przede wszystkim **wysokie bezrobocie**.

**Atrakcyjność inwestycyjna powiatu nie jest wysoka**. Obniżają ją ograniczenia środowiskowe, a w ostatnich latach dodatkowo kryzys gospodarczy. Inwestorów może zniechęcać niewystarczająca infrastruktura drogowa i odległość od ważnych ośrodków miejskich. Plusem jest natomiast możliwość uzyskania uzbrojonych terenów inwestycyjnych oraz ulgi podatkowe.

**Strefa ekonomiczna** jako jeden z przejawów aktywności władz w pozyskiwaniu inwestorów uzyskuje zróżnicowane opinie. Z jednej strony, znaleziono dla strefy inwestorów, z drugiej – nowych stanowisk pracy powstało kilkakrotnie mniej niż oczekiwano. Poza strefą ekonomiczną inicjatywa władz w przyciąganiu inwestorów jest dostrzegana, choć jednocześnie oceniana jako niewystarczająca. **Brakuje** przede wszystkim **długofalowej strategii** w tym zakresie.

Obecna **sytuacja przedsiębiorstw** w powiecie chojnickim jest oceniana stosunkowo pozytywnie. Pomimo spowolnienia gospodarczego firmy utrzymują swoją pozycję rynkową dzięki elastyczności, ograniczaniu kosztów i utrzymaniu dotychczasowych rynków zbytu. Choć wiele małych firm jest likwidowanych, na ich miejsce powstają nowe mikroprzedsiębiorstwa, co zapewnia lokalnej gospodarce względną stabilizację.

Jako liderów gospodarczych powiatu wymienia się firmy, które powstały z dawnych przedsiębiorstw państwowych. Prowadzą je **lokalni przedsiębiorcy** i to oni są, zdaniem respondentów, **siłą tego powiatu**. Również w przypadku głównych branż dominują te, które bazują na lokalnych zasobach naturalnych i wieloletniej tradycji. Mocną stroną powiatu jest **zróżnicowanie sektorów i przedsiębiorstw**, które zapewnia powiatowi bezpieczeństwo na poziomie gospodarczym i rynku pracy.

Liderzy opinii bardzo wysoko oceniają **potencjał turystyczny** powiatu chojnickiego, głównie za możliwości aktywnego wypoczynku. Nieliczni przyznają, że jest on znacznie mniej atrakcyjny niż obszary nadmorskie. Pojawiają się także zastrzeżenia do stopnia wykorzystania tego potencjału. Choć wiele inwestycji jest aktualnie prowadzonych, czas ich realizacji jest zbyt długi. **Brakuje spójnej strategii rozwoju**



**turystyki**, a przede wszystkim **turystycznych marek**. Budowany aktualnie **klaster turystyczny** wychodzi z inicjatywy władz powiatu, a nie spotyka się z większym zainteresowaniem branży. Trudno spodziewać się zatem jego sukcesu.

**Rynek pracy** w powiecie chojnickim jest obecnie zdecydowanie **rynkiem pracodawcy**. Nie zmienia to faktu, że znalezienie odpowiednich pracowników również jest trudne. Osoby bezrobotne zwykle nie posiadają żadnych kwalifikacji. Wśród szukających pracy jest także wielu absolwentów wyższych uczelni o kierunkach humanistycznych. Kształcenie na takich kierunkach jest krytykowane jako nieodpowiadające potrzebom lokalnego rynku pracy. Pracodawcom w powiecie **brakuje** natomiast **fachowców z wykształceniem technicznym**: zawodowym lub średnim. Respondenci dostrzegają chęci szkół i samorządu do stworzenia kierunków nauczania zgodnych z potrzebami pracodawców, efekty jednak są niewystarczające.

W powiecie chojnickim **współpraca trzech sektorów: samorządu, biznesu i organizacji pozarządowych jest niewielka**. Wielokrotnie pojawia się opinia, że każdy podmiot dba jedynie o własne interesy. Efekty współpracy różnych grup są odłożone w czasie, a zatem wydają się mało korzystne. Współpraca jest dostrzegalna jedynie w przypadku pojedynczych, praktycznych, bieżących działań.

**Ogólna ocena potencjału gospodarczego powiatu chojnickiego jest umiarkowanie pozytywna**. Liderzy opinii są świadomi, że powiat nie może porównywać się z aglomeracjami. Natomiast na tle sąsiednich powiatów wypada dobrze. Kryzys jest pewnego rodzaju sprawdzianem, który pozytywnie przechodzi większość dużych przedsiębiorstw. Respondenci nie oczekują w najbliższej przyszłości szczególnego wzrostu gospodarczego, liczą raczej na bezpieczną stabilizację i powolny rozwój. Nie spodziewają się także napływu inwestorów z zewnątrz. Uważają, że **powiat jest silny zaradnością i przedsiębiorczością jego mieszkańców**. Największych szans i zagrożeń dla gospodarki powiatu upatrują jednak **w czynnikach zewnętrznych** – koniunkturze makroekonomicznej i ustawodawstwie.



### 3. Jakość życia w powiecie chojnickim

Opinie na temat jakości życia mieszkańców w powiecie chojnickim są raczej pozytywne. Taka ocena może wynikać z przyzwyczajenia i przywiązania do swojego miejsca zamieszkania. Porównując powiat do reszty województwa, respondenci przyznają, że poziom życia jest w nim na poziomie średnim. Wyróżnia się jednak na plus w porównaniu do powiatów sąsiadujących.

*Ja mógłbym powiedzieć, że w powiecie chojnickim ludzie sobie radzą i żyją. Czy żyją na bardzo wysokim poziomie, to na pewno nie, ale ten średni poziom utrzymania, to wydaje mi się, że jest osiągalny. (samorząd)*

Wśród zalet mieszkania w powiecie chojnickim respondenci wymienili:

- bliskość środowiska naturalnego,
- spokojną okolicę,
- wiele możliwości aktywnego spędzania czasu (turystyka wodna, basen),
- niskie koszty życia,
- bogatą ofertę edukacyjną,
- szeroką ofertę usługowo-handlową,  
*Takiego zagęszczenia marketów jak w Chojnicach to ciężko znaleźć w innym mieście. To jest dobra infrastruktura dla mieszkańców. (edukacja)*
- powiat jako centrum regionu,
- atrakcyjne wizualnie miasto Chojnice i tereny przyrodnicze,
- niewielką odległość od ważnych ośrodków miejskich [sprzeczne opinie].

Respondenci zauważają szereg zmian, które wydarzyły się w ostatnich latach i istotnie poprawiły jakość życia mieszkańców. Należą do nich:

- rozwój infrastruktury wodno-kanalizacyjnej (fundusze unijne),  
*Samorzady realizują szereg inwestycji z dofinansowaniem unijnym i są w stanie dostarczyć podstawowe usługi dla mieszkańców na coraz większym obszarze. (samorząd)*
- rozwój infrastruktury drogowej, m.in. obwodnica miasta Chojnice, remonty ulic,
- rozwój infrastruktury sportowej: budowa Orlików, sal gimnastycznych, ścieżek rowerowych,
- znaczna poprawa estetyki, szczególnie renowacja starego miasta w Chojnicach,



- bogatsza oferta usługowo-handlowa,
- większy dostęp do sieci internetowej,
- skutecznie wykorzystywane fundusze unijne (konserwacja zabytków, programy społeczne),
- zmiana mentalności mieszkańców: większa aktywność, szczególnie w zakresie przedsiębiorczości i edukacji, poczucie bycia gospodarzem swojego regionu,
- zwiększona ochrona środowiska,
- rozwój budownictwa mieszkaniowego,
- wyremontowane szkoły,
- czystsze i bezpieczniejsze miasto (Chojnice),
- lepsze, stabilniejsze władze miasta i gminy Chojnice,  
*Bardzo ładne miasto z bardzo silnym Burmistrzem, Rada Powiatu wydaje się też bardzo mocna. (przedsiębiorca)*
- poprawa wyników lokalnej drużyny (Chojniczanka).

Słabymi stronami powiatu chojnickiego z punktu widzenia respondentów jako mieszkańców są natomiast:

- wysokie bezrobocie,  
*W większych aglomeracjach jest więcej miejsc pracy, więcej dużych firm zatrudniających, no, u nas jest, jak jest, niestety. Większość jest mikroprzedsiębiorców. (PUP)*
- niskie wynagrodzenia,
- niewystarczająca komunikacja publiczna (szczególnie międzygminna),
- niezadowalająca infrastruktura drogowa, trudny dojazd do autostrady,
- niewystarczające połączenia kolejowe i autobusowe z innymi regionami Polski,  
*Centrum administracyjnym jest Gdańsk i na przykład połączenie tego obszaru z Gdańskiem, tutaj dojechać na przykład w niedzielę nie sposób jakimś środkiem komunikacji miejskiej. (NGO)*
- dość duża odległość od ważnych ośrodków miejskich oraz od udogodnień, jakie oferują (port, lotnisko) [sprzeczne opinie],
- niewielka oferta kulturalna,
- wyjazdy młodych ludzi za granicę i do innych regionów Polski.

Badani zauważają dysproporcje w warunkach życia w przypadku miasta i gminy Chojnice (centrum powiatu – najwyższa jakość życia) oraz innych gmin (głównie tereny rolnicze – niższa jakość życia).



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



*Różnie to wygląda. Różnie na wsi, różnie w mieście. inaczej wokół Chojnic, inaczej w gminach takich jak Brusy czy Konarzyny. Wokół Chojnic i w Chojnicach oceniam dość wysoko, gorzej jest z obrzeżami. (dziennikarz)*





## 4. Atrakcyjność inwestycyjna powiatu

### 4.1. Ocena atrakcyjności inwestycyjnej

Respondenci zauważają, że większość inwestorów interesuje się miastem i gminą Chojnice, pozostałe tereny są dla nich mało atrakcyjne. Nawet same okolice Chojnic nie wydają się szczególnie pożądanym miejscem lokowania inwestycji, biorąc pod uwagę, jak niewiele ich powstaje. Jediną branżą, która intensywnie inwestuje w powiecie, jest handel.

*Jakieś furory nie ma tutaj, są firmy lokalne bardziej, które się rozwijają, a firmy zewnętrzne, poza tą produkującą dachówki, jakiegoś napływu inwestorów z zewnątrz nie ma. (dziennikarz)*

Czynnikiem zmniejszającym atrakcyjność inwestycyjną powiatu jest to, co wzbogaca jego potencjał turystyczny, czyli walory przyrodnicze. Z ich powodu wiele terenów powiatu podlega pod strefy chronione: Natura 2000, Park Narodowy czy parki krajobrazowe. Ograniczają one zatem ilość terenów dostępnych dla inwestorów.

Jednocześnie badani przyznają, że istnieje wiele terenów nie obciążonych restrykcjami ekologicznymi i otwartych na inwestycje. Nie ma również problemu z zaopatrzeniem tych terenów w niezbędne media. Z punktu widzenia inwestorów nie bez znaczenia powinny być również dość niskie ceny nieruchomości.

*Dużo terenów przygotowanych pod rozwój przemysłu, mamy obszary w sposób zorganizowany przygotowane, także jesteśmy naprawdę atrakcyjni dla inwestorów z zewnątrz. (przedsiębiorca)*

Słabą stroną powiatu, jeśli chodzi o infrastrukturę drogową, jest na pewno odległość od autostrady oraz portu morskiego. Problemem dla potencjalnych inwestorów może być stosunkowo duża odległość od większych ośrodków miejskich, które byłyby dla nich rynkami zbytu. Z drugiej strony lokalizacja Chojnic w centrum regionu oraz położenie na trasie prowadzącej do Berlina (droga krajowa nr 22) mogą być mocną stroną powiatu. Elementem potencjalnie zniechęcającym inwestorów może być natomiast jakość tej i innych dróg. Jednak badani podejrzewają, że jakość infrastruktury drogowej i dostępność komunikacyjna w większym stopniu dotyka samych mieszkańców. Można to powiązać z dostępnością zasobów ludzkich – w przypadku utrudnionego dojazdu do zakładu pracy pracownikom może się takie zatrudnienie nie opłacać.



*Duże przedsięwzięcia lokują się pewnie bliżej autostrad czy przewidywanych autostrad, dróg ekspresowych, czy linii kolejowych, które są sprawne, połączone siecią z dalszymi miejscami. (samorząd)*

Powiat chojnicki, ze względu na tradycję, może być atrakcyjnym obszarem inwestycyjnym dla branż, które od dawna tutaj się lokują: przemysł drzewny, meblarski, metalowy. W powiecie nie byłoby trudności w znalezieniu doświadczonej kadry w tych dziedzinach. W innych branżach dostępność wykwalifikowanej siły roboczej może okazać się problemem, szczególnie jeśli wziąć pod uwagę oferowane przez inwestorów najniższe wynagrodzenia.

Respondenci zauważają, że atrakcyjność inwestycyjna powiatu nie jest najwidoczniej wystarczająca dla inwestorów. Obecna gospodarka powiatu opiera się na firmach wywodzących się z tego regionu i od dawna związanych z powiatem. Badane osoby nie spodziewają się znacznego zwiększenia zainteresowania powiatem wśród zewnętrznych inwestorów.

*Zewnętrznych firm za dużo się do nas nie dobija, my jesteśmy bogaci zaradnością miejscowych ludzi. (przedsiębiorca)*

#### 4.2. Aktywność władz

Jednym z dostrzeganych wyników aktywności władz w zakresie pozyskiwania inwestorów jest strefa ekonomiczna. O ile samo stworzenie strefy jest oceniane pozytywnie, o tyle efekty jej funkcjonowania już nie do końca. Strefa ekonomiczna miała przynieść bowiem powiatowi kilka tysięcy nowych miejsc pracy. Obecnie, choć większość jej terenów jest już zajęta, powstało zaledwie kilkaset nowych miejsc pracy. Strefę zdominowały przedsiębiorstwa zautomatyzowane.

*To jest chyba jedna z większych pięt achillesowych. To znaczy tak: mamy strefę, a mimo to nie możemy żadnego inwestora takiego większego ściągnąć. (PUP)*

Władze starają się zachęcać inwestorów poprzez znaczne obniżanie podatków lokalnych, oferowanie tanich nieruchomości oraz szybsze wydawanie pozwoleń na budowę. Jeden z przedsiębiorców zwraca jednak uwagę, że pozyskiwanie inwestorów wiąże się z niesprawiedliwym traktowaniem przedsiębiorstw. Duże, zagraniczne sieci hipermarketów zostają całkowicie zwolnione z podatków od nieruchomości, podczas gdy inwestorzy lokalni muszą płacić pełną wysokość podatku.

Część respondentów dostrzega, że powiatowi brakuje skutecznej promocji wśród potencjalnych inwestorów. Jednym z nielicznych działań w tym kierunku była wizyta



w Chinach Starosty Powiatu. Nie ma jednak spójnej, dobrze zaplanowanej strategii pozyskiwania inwestorów. Powiat nie posiada też własnych marek, które mogłyby go promować. Brakuje również wspólnych działań samorządów w tym kierunku. Pojawia się podejrzenie, że niezmiennie od wielu lat władze samorządowe są mniej skuteczne i mniej prężne w pozyskiwaniu inwestorów. Jednocześnie, wieloletni Burmistrz Chojnic jest zdecydowanie najlepiej ocenianym samorządowcem pod kątem ściągania inwestorów.

*To jest bardzo wiele dobrych chęci, natomiast bardzo mało takiej świadomej polityki. (edukacja)*



## 5. Przedsiębiorstwa w powiecie

### 5.1. Sytuacja i rozwój przedsiębiorstw w powiecie

Liderzy opinii oceniają tendencje wśród przedsiębiorstw w powiecie chojnickim podobnie jak te w całej Polsce:

- firmy mniej inwestują – przeczekują kryzys,
- constans liczby przedsiębiorstw - powstaje niewiele nowych firm, te które powstają zajmują miejsce likwidowanych,
- obecnie tworzone są wyłącznie mikroprzedsiębiorstwa i to również one dominują na rynku,
- powstaje niewiele miejsc pracy, a zarobki są na niskim poziomie,
- rozwój sektora handlowo-usługowego.

*Tutaj od wielu lat jest chyba ten poziom przedsiębiorczości - constans, to znaczy są firmy, które czy się rozbudowują, czy powstają od nowa, ale z drugiej strony wiele firm upada, czy zmniejsza zatrudnienie. (samorząd)*

Respondenci dość dobrze oceniają sytuację przedsiębiorstw w kontekście kryzysu. Uważają, że firmy dość dobrze radzą sobie w trudnych warunkach, nie podejmują ryzyka, utrzymują dotychczasowe rynki zbytu, ograniczają koszty, elastycznie reagują na zmiany na rynku. Poziom zatrudnienia jest utrzymywany na podobnym poziomie.

*One, moim zdaniem, na tym etapie próbują przetrwać kryzys i robią, co mogą i robią to raczej dobrze. Starają się ograniczać koszty, starają się pilnować tych rynków, które w jakimś zakresie już pozyskały, natomiast wciąż nie ma zmiany jakościowej. To znaczy, one nie myślą w kategoriach budowania marek. (NGO)*

*Osoby, które korzystały u nas [PUP] z jednorazowych środków, po krótkim czasie wracają do nas i korzystają ze środków na tworzenie dodatkowych stanowisk pracy, czyli jest tendencja rozwojowa. (PUP)*

Ze względu na trwający globalny kryzys liderzy opinii nie są skłonni przewidywać, jak zmieni się sytuacja przedsiębiorstw w powiecie chojnickim. Ich zdaniem, zdecyduje o tym makroekonomia. Spodziewają się jednak, że przez najbliższe 2 lata nie nastąpią żadne istotne zmiany. Będzie to raczej okres stabilizacji niż rozwoju.



## 5.2. Dominujące branże

Respondenci wymieniają kilka branż dominujących w powiecie. Należą do nich:

- przemysł drzewny,
- produkcja mebli,
- branża budowlana (handel, produkcja, usługi),  
*Na razie tym kierunkiem jest budownictwo. Najwięcej powstaje i funkcjonuje firm, najwięcej osób pracuje w tej branży, jeśli chodzi o te drobne firmy. (samorząd)*
- branża metalowa – obecnie przeżywa problemy (Mostostal Chojnice w upadłości),
- branża spożywcza: przetwórstwo runa leśnego, przetwórstwo rybne, przetwórstwo mięsne,
- branża transportowa,
- handel.

*Bardzo szerokie spektrum różnych branż, od branży spożywczej po przemysł ciężki, konstrukcje stalowe, przez turystykę, agroturystykę po meblarstwo. (przedsiębiorca)*

Badani są zgodni, że rozproszenie branżowe w powiecie jest znaczne, dlatego załamanie którejś z gałęzi nie zachwieje znacząco kondycją gospodarczą powiatu. Różnorodność branż jest zjawiskiem pozytywnym również w przypadku rynku pracy. Ponadto w niektórych branżach każdy z producentów kieruje się na inne rynki zbytu (przetwórstwo runa leśnego). Dzięki temu problemy nie dotknęłyby jednocześnie wszystkich firm z danej branży. Dodatkowym zabezpieczeniem powiatu w kontekście gospodarki jest znaczne rozdrobnienie przedsiębiorstw. W rejonie funkcjonuje bardzo wiele mniejszych firm – problemy jednej z nich nie przełożą się zatem na sytuację gospodarczą powiatu ani na rynek pracy, jak to ma miejsce w przypadku wielkich przedsiębiorstw.

Niektórzy badani zauważają, że branże dominujące w powiecie to branże związane z nim od wielu lat. Gałęzie gospodarki w powiecie chojnickim są także ściśle powiązane z jego zasobami naturalnymi (drzewo, runo leśne, ryby). Respondenci są zdania, że warto właśnie takie branże utrzymać i rozwijać.

*Ten region słynie z przetwórstwa grzybów i owoców runa leśnego, tradycje mamy już przedwojenne i na tej bazie powstało wiele firm, które aktywnie działają i powiedziałbym, że zatrudniają nawet sporą liczbę osób, a szczególnie w sezonie*



*letnio-jesiennym, choć nie tylko, bo one pracują przez cały rok i w tym regionie naszych Borów Tucholskich to są dobre firmy, które się rozwijają. (NGO)*

Ponadto część respondentów uważa, że powiat powinien rozwijać się w kierunku branży turystycznej. Naturalna wydaje się również branża transportowo-logistyczna. Niektórzy badani widzieliby w powiecie bardziej zaawansowane technologie (np. elektronika).

Część respondentów wypowiada się z punktu widzenia rynku pracy. Ich zdaniem, najbardziej wartościowe dla powiatu byłyby przedsiębiorstwa przemysłowe (dające stałe, bezpieczne zatrudnienie, niezależne od sezonu), np. produkcja odzieży, ze względu na tradycyjny w regionie zawód szwaczki.

*Przydałoby się kilka takich stabilnych zakładów produkcyjnych niezależnych od pogody, od sezonu. Ja to mówię z punktu widzenia mieszkańca, żeby mniej ludzi wyjeżdżało za pracą, bo dużo młodzieży jest za granicą. (przedsiębiorca)*

### 5.3. Rynki zbytu

Małe firmy działają zwykle na rynkach lokalnych.

Średnie i duże przedsiębiorstwa przemysłowe produkują również na rynki: ogólnopolski i europejskie. Dotyczy to przede wszystkim branż: meblarskiej, metalowej i przetwórstwa spożywczego.

### 5.4. Liderzy powiatu

Najważniejsze przedsiębiorstwa w powiecie działają w branżach uznawanych za dominujące:

Chojnice:

- Polipol Meble Polska – produkcja mebli,  
*Polipol Meble z tysiącem pracowników, to meble tapicerowane wypływające na rynek unijny. (NGO)*
- SEKO – przetwórstwo rybne,
- Zakłady Mięsne Skiba,
- Fabryka Materacy Relaks,
- Meblik – produkcja mebli dziecięcych,  
*Na przykład Meblik się bardzo rozwinął, to są meble dla dzieci, nowy produkt powstał na rynku. (przedsiębiorca)*



- Ginter – produkcja materiałów budowlanych,
- Euronit – produkcja i sprzedaż dachówek,
- Drew-Trans - akcesoria meblowe,
- Wysoccy - hurtownia materiałów budowlanych,
- Dro-Bet Muzolf – producent kostki brukowej.

Brusy:

- Fungopol – przetwórstwo runa leśnego,
- Evrafish – przetwórstwo rybne,
- Floors – producent litego drewna.

Czersk:

- Asmet – produkcja tłumików.

## 5.5. Energetyka odnawialna

Zdaniem respondentów energetyka odnawialna nie jest dziedziną przyszłościową dla powiatu chojnickiego ze względu na znaczne ograniczenia wynikające z rygorów środowiskowych.

W powiecie istnieje kilka elektrowni wodnych.

Obecnie w planach jest elektrownia wiatrowa w gminie Chojnice, która jest wyłączona z obszaru Natura 2000. Farmy wiatrowe to jedyne przykłady energetyki odnawialnej w powiecie znane większości respondentów.

*W gminie Chojnice do niedawna, teraz osłabło. Ludzie są do tego niechętnie nastawieni. Pojawiło się mnóstwo firm, które chciały montować elektrownie wiatrowe, sprzeciw społeczny chyba ich wygonił. (dziennikarz)*



## 6. Potencjał turystyczny powiatu

### 6.1. Ocena potencjału turystycznego

Respondenci są zgodni w swojej ocenie potencjału turystycznego powiatu chojnickiego. Uważają, że jest on bardzo wysoki.

Do głównych atrakcji turystycznych zaliczają przede wszystkim szlaki wodne: jeziora i rzeki, na których można uprawiać turystykę wodną, oraz lasy, jako tereny do jazdy na rowerze i grzybobrania.

*Ja zawsze się dziwię, dlaczego ludzie wolą jechać nad morze i leżeć na plaży, jeśli tutaj mogą mieć to samo plus piękne lasy, strugę 7 jezior, rzekę Brdę i naprawdę, na wyciągnięcie ręki mogą zmieniać swoje zainteresowania, bo my preferujemy turystykę czynną, czyli – rowerowa, kajakowa, konna, wodna szerzej, czyli też są jachty, są takie możliwości. (samorząd)*

Potencjał turystyczny na pewno wzbogacają tereny chronione, przede wszystkim Park Narodowy „Bory Tucholskie”. Respondenci wspominają też o parkach krajobrazowych, m.in. o Zabłockim Parku Krajobrazowym.

Dodatkową, mniej znaną atrakcją są kamienne kręgi Druidów.

Pewnym wyróżnikiem na tle innych terenów o podobnych walorach przyrodniczych może być jedyna w swoim rodzaju kultura kaszubska.

Jednak część bardziej sceptycznie nastawionych osób zwraca uwagę, że w niedalekiej odległości turyści mają do dyspozycji znacznie atrakcyjniejsze tereny – głównie obszar nadmorski. Od czasu reformy administracyjnej i włączeniu okolic Chojnic do województwa pomorskiego atrakcyjność tego terenu spadła – choć obiektywnie warunki naturalne są nadal takie same, na tle miejscowości nadmorskich jest to dużo mniej ciekawy obszar niż kiedyś, na tle województwa bydgoskiego.

*Kiedyś, jak byliśmy w województwie bydgoskim, to byliśmy w miarę atrakcyjni, dzisiaj dla województwa pomorskiego jesteśmy średnio atrakcyjni. (...) Wydaje mi się, że w tym województwie większe nakłady idą na linię brzegową, że chętniej się inwestuje nad morzem. (przedsiębiorca)*

Ważnym czynnikiem obniżającym wartość turystyczną regionu jest pogoda, która wiąże się z krótkim sezonem turystycznym.





*Dla mnie największym pytaniem jest, co zrobić, żeby przedłużyć sezon u nas. jeżeli ktoś faktycznie zainwestował w tę turystykę czy wybudował kwatery, to on zarobi przy dobrej pogodzie oczywiście maksymalnie dwa miesiące, czyli nie wyżyje z tego całorocznie. (PUP)*

## 6.2. Poziom wykorzystania potencjału turystycznego

Ocena poziomu wykorzystania potencjału turystycznego jest, co zrozumiałe, wyższa w przypadku samorządowców, którzy koncentrują się na inwestycjach z ostatnich lat oraz tych planowanych. Najczęściej w ich wypowiedziach pojawiają się:

- most zwodzony w Małych Swornych Gaciach,
- Marszruta Kaszubska (ścieżki rowerowe),
- planowana wioska żeglarska Mateusza Kuznierewicza,
- promenada i port jachtowy w Charzykowach,
- bogata oferta gospodarstw agroturystycznych i ekologicznych,
- rozwinięte szlaki kajakowe, przystanie kajakarskie.

*My z naszego punktu widzenia robimy na przykład most zwodzony w Małych Swornych Gaciach. (...) Taki most zwodzony jest też atrakcją turystyczną. I wokół tego mostu jest kawiarenka, jest przystań, sami ludzie przyjadą, żeby zobaczyć, co się dzieje. Taki most zwodzony, mam nadzieję, że stanie się tą atrakcją turystyczną, a jednocześnie też ułatwi przepływ do drugiego jeziora Krasińskiego. (samorząd)*

Natomiast z punktu widzenia innych liderów opinii wykorzystanie potencjału jest raczej niezadowalające. Jednym z ważniejszych zastrzeżeń jest brak spójnej, skoordynowanej polityki rozwoju turystycznego powiatu. Wszelkie podejmowane działania mają charakter jednorazowy. Uwaga ta dotyczy braku marki turystycznej, zarówno w rozumieniu marki powiatu, jak i marek produktów regionalnych, które mogłyby wyróżnić powiat i przyciągnąć turystów. Jednym z przykładów tego typu marki jest odwrócony dom w Szymbarku.

Kolejnym spostrzeżeniem w zakresie niewykorzystanego potencjału jest mała aktywność inwestorów prywatnych. Jedną ze słabych stron powiatu okazuje się brak całorocznych obiektów hotelowych oraz hoteli o wyższym standardzie. Gospodarstwa agroturystyczne odpowiadają bowiem tylko na potrzeby pewnej grupy turystów. Osoby bardziej wymagające nie znajdą w powiecie atrakcyjnych miejsc noclegowych. W powiecie brakuje także infrastruktury towarzyszącej spływowi kajakowemu, które są w tym regionie bardzo popularne.



*Te tereny mają taki mankament: kiedyś tu przyjeżdżali Ślązacy na wczasy pracownicze i jest kupa takich ośrodków. Standard jest nie za dobry i ludzi trochę to odpycha. Brakuje inwestycji. (dziennikarz)*

Kilku respondentów, szczególnie przedstawiciele NGO, zwracało uwagę na brak przewodników oraz animatorów turystycznych. Problemem okazują się kosztowne kursy. Taka sytuacja sprawia, że turysta przyjeżdżający do powiatu jest pozostawiony sam sobie – samodzielnie musi sobie zorganizować pobyt. Brakuje również wsparcia i szkoleń dla gospodarstw agroturystycznych, które nie potrafią zabiegać o klienta.

*Jest bardzo dużo gospodarstw agroturystycznych, które nie do końca sobie radzą z pozyskaniem klientów, jak i również z zagospodarowaniem swoich obojść, z promocją, z podejściem do klienta. Nie wiem, czy nie warto byłoby zrobić różnego rodzaju szkoleń uświadamiających, uczących, podpowiadających. (przedsiębiorca)*

Krótki sezon turystyczny w powiecie, choć bezpośrednio wynikający z warunków klimatycznych, mógłby zostać wydłużony, gdyby pojawiły się w powiecie atrakcje nie bazujące wyłącznie na walorach przyrodniczych i aktywnej turystyce oraz całoroczne obiekty noclegowe.

Pojedyncze osoby zauważają, że stopień wykorzystania potencjału turystycznego jest bardzo nierównomierny. Przykładem może być tu zbyt duże zagospodarowanie i eksploatacja jeziora Charzykowskiego, podczas gdy inne, równie atrakcyjne jeziora, nie są w żaden sposób wypromowane.

Respondenci są raczej optymistycznie nastawieni wobec przyszłości w zakresie rozwoju turystycznego powiatu. Wymaga on jednak pewnych zmian, przede wszystkim w kwestii spójnej strategii.

*Tutaj w planach jest, że ten most ma zwiększyć potencjał – połączenie tych jezior. Plaże są robione nad różnymi mniejszymi jeziorami, place zabaw, jakieś festyny. To się cały czas dzieje. (przedsiębiorca)*



### 6.3. Klaster turystyczny

Większość respondentów jest zgodna, że klaster turystyczny jest dobrą inicjatywą. Są przekonani, że efekt synergii sprawiłby, że wspólne działania samorządów oraz przedsiębiorstw turystycznych zaowocowałyby zwiększeniem atrakcyjności turystycznej powiatu. Turysta bowiem jest zainteresowany całościową usługą turystyczną, którą otrzyma, a nie jej pojedynczymi elementami (jak np. nocleg).

*Trudno mi oceniać, bo nie zapoznałem się z założeniami, mogę się domyślać, że chodzi o promocję Borów Tucholskich i rozwijanie sektora turystycznego. Nie sposób się nie zgodzić takimi założeniami. (NGO)*

Pojawiają się jednak krytyczne opinie na temat planowanego klastra. Podstawowym zastrzeżeniem jest to, że powstaje on z inicjatywy władz, a nie przedsiębiorców. Samorządowcy działają mało dynamicznie, a przedsiębiorstwa turystyczne wykazują małe zainteresowanie, dlatego klaster powstaje tak powoli. Respondenci zgadzają się, że firmy zajmujące się turystyką (m.in. gospodarstwa agroturystyczne) są zainteresowane wyłącznie własnym interesem. Taka postawa zniechęca ich do współpracy.

### 6.4. Ochrona środowiska

Opinie na temat poziomu ochrony środowiska w powiecie są zróżnicowane.

Z jednej strony zwraca się uwagę na poprawę jakości wód dzięki rozbudowie sieci kanalizacyjnej, z drugiej – nadal ich jakość nie jest zadowalająca. Wieloletnie zaniedbania pozostawiły swój ślad.

*Jeszcze niedawno klasa czystości naszych rzek czy jezior była dużo niższa, niż obecnie. Rozbudowa systemu kanalizacji czy oczyszczalni to jest praktycznie we wszystkich już gminach, we wszystkich większych miejscowościach, co zdecydowanie poprawiło stan wód. (samorząd)*

Niektórzy badani zauważają zmianę w mentalności ekologicznej nawet mieszkańców wsi. Inni natomiast oceniają, że wciąż jest na niskim poziomie. Dla mieszkańców liczą się przede wszystkim finanse, dlatego wybierają raczej rozwiązania mniej ekologiczne niż te droższe, ale przyjazne środowisku. Dotyczy to przede wszystkim wyboru metody ogrzewania.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Istotnymi działaniami proekologicznymi jest poprawa sieci wodno-kanalizacyjnej oraz usuwanie azbestu. W powiecie istnieją też wszystkie możliwe formy ochrony przyrody (rezerwat biosfery, Natura 2000, Park Narodowy, parki krajobrazowe).

Pojedyncze osoby zarzucają władzom samorządowym brak współpracy z NGO zajmującymi się ekologią oraz zarządem Parku Narodowego. Inni uważają, że naciski ekologów są zbyt silne i mają zbyt duży wpływ na powiat.

*Są te obszary prawne, które są chronione, jest Park Narodowy. Uważam, że właśnie tutaj jest pewien problem z parkiem, bo park jest przez część tego środowiska traktowany jako ciało obce. (NGO)*



## 7. Rynek pracy i edukacja w powiecie

### 7.1. Rynek pracy w powiecie

Respondenci są zgodni, że rynek pracy w powiecie należy zdecydowanie do pracodawcy. Stopa bezrobocia jest wysoka. Ewentualne etaty zwykle wiążą się z płacą minimalną. W lepszej sytuacji na rynku pracy są mężczyźni ze względu na branże wymagające więcej siły fizycznej.

Z drugiej strony większość badanych przyznaje, że znalezienie odpowiedniego pracownika przez pracodawcę wcale nie jest łatwe. Dostępne zasoby ludzkie to w dużej mierze osoby z wykształceniem podstawowym, bez konkretnych kwalifikacji. Rynek pracy jest również przesycony humanistami z wyższym wykształceniem, dla których brak odpowiednich miejsc pracy w powiecie. Inną grupę stanowią także osoby trudne do zaktywizowania, niechętnie do pracy. Pracodawcy natomiast poszukują zaangażowanych w pracę fachowców.

*W zakresie takich prostych robót to nie [ma problemu], natomiast w zakresie specjalistycznych to już bywa coraz trudniej. (NGO)*

*Dostępność jak najbardziej, bo ponad siedmiotysięczna rzesza bezrobotnych to jest rzesza czekających de facto na pracę. Natomiast jakość już gorzej, bo struktura bezrobocia pokazuje, że są to grupy ciężkie do zaktywizowania, osoby bez odpowiedniego wykształcenia, osoby które już długo siedzą w naszych rejestrach, a zatem zatraciły chęć aktywizacji. (PUP)*

Zdaniem niektórych respondentów wina leży po części po stronie pracodawców, którzy, mając coraz wyższe wymagania, oferują minimalne wynagrodzenie i nie uznają kompromisów z potencjalnymi pracownikami. Kandydaci do pracy miewają natomiast niekiedy zbyt wysokie aspiracje nie przystające do ich umiejętności. Nie bez znaczenia jest także fakt, że część młodych ludzi wyjeżdża do pracy za granicę.

*My czasem też szukamy ludzi. Potrzebny był kierowca konwoju. (...) Albo zgłosi się facet, który zna 5 języków, zjechał cały świat i musi mieć 15 tysięcy, albo się zgłosi taki, który nie umie się podpisać. (przedsiębiorca)*

Przyszłą sytuację na rynku pracy respondenci uzależniają od sytuacji makroekonomicznej. Jeśli kryzys się zakończy, poziom bezrobocia zapewne spadnie o kilka punktów procentowych, a rynek pracy będzie bardziej stabilny. Nie wykluczone, że w dłuższej perspektywie czasowej stanie się rynkiem pracownika. Pojawia się



nadzieja na powrót do powiatu osób pracujących obecnie za granicą, które z nowymi umiejętnościami zdecydują się na założenie własnej działalności. Jednocześnie obecne zainteresowanie szkolnictwem wyższym przełoży się na coraz większy udział kandydatów do pracy z wykształceniem wyższym. Taki trend nie jest lokalnej gospodarce potrzebny.

## 7.2. Poszukiwani pracownicy

Na czele listy zawodów pożądaných przez pracodawców respondenci umieszczają zawody techniczne, m.in.:

- inżynier informatyk,
- inżynier automatyk,
- inżynier mechanik,
- technik informatyk,
- technik mechanik.

Powyższe zawody potrzebne byłyby głównie przemysłowi, szczególnie w tych zakładach, gdzie produkcja w dużym stopniu została zautomatyzowana. Tam poszukuje się osób do obsługi zaawansowanych narzędzi.

*U nas w szkole zawodowej mechanicy się wykształcą, ale już nie połączeni z informatyką. Tego brakuje, a firmy wprowadzają maszyny coraz bardziej zautomatyzowane. (samorząd)*

Poszukiwani są również wykwalifikowani pracownicy fizyczni, przede wszystkim do branży budowlanej i wykończeniowej.

Inne zawody, które, zdaniem badanych, cieszą się na lokalnym rynku popularnością wśród pracodawców, to:

- spawacz,
- tapicer,
- kierowca,
- kucharz (zdania podzielone)
- sprzedawca (zdania podzielone).

Badani liderzy opinii zwracają uwagę, że lokalny rynek pracy nie jest w stanie wchłonąć przedstawicieli następujących zawodów:



- zawody kształcone na wyższych uczelniach humanistycznych: resocjalizacja, pedagogika, zarządzanie, ekonomia, administracja, politologia, *Zdobywa się wykształcenie w zakresie resocjalizacji, ale większość z tych osób, które taki tytuł uzyskują czy taką specjalizację, w ogóle w tym zawodzie nie pracuje, bo nie ma możliwości. (samorząd)*
- szeroko rozumiane rolnictwo – z powodu automatyzacji produkcji i upadku małych gospodarstw,
- sprzedawcy – różne opinie, z jednej strony ciągły popyt na ten zawód, z drugiej – rzesza bezrobotnych z takim wykształceniem,
- ślusarstwo i tokarstwo,
- rzemiosło: szewcy, krawcy.

### 7.3. Ocena oferty edukacyjnej

Ocena oferty edukacyjnej jest dość spójna. Respondenci przyznają, że powiat chojnicki oferuje młodym ludziom szeroki wachlarz kierunków i poziomów nauczania.

Badani dość wysoko oceniają poziom kształcenia ogólnego, choć wielu przyznaje, że w ostatnich latach istotnie się obniżył. Panuje również opinia, że kształcenie ogólne nie jest szczególnie powiatowi potrzebne. Osoby z takim wykształceniem zwykle wybierają studia wyższe w Trójmieście, co skutkuje zwykle zamieszkaniem tam na stałe.

Respondenci negatywnie oceniają możliwości nauczania zawodowego w powiecie. Szkół zawodowych jest zbyt mało w stosunku do potrzeb pracodawców. Przedsiębiorstwa same muszą kształcić swoich pracowników, co jest o tyle ryzykowne, że po uzyskaniu pożądanych kwalifikacji pracownik może odejść do innego pracodawcy.

*Właśnie za mało jest nacisku na te szkoły zawodowe. (...) A chyba po prostu powinno się wrócić do tego etapu, że to jednak była ta szkoła, która dawała ten fach, prawdziwy fach. (PUP)*

W powiecie brakuje też nauczania na kierunkach technicznych na poziomie średnim i wyższym.

Bogata oferta szkolnictwa wyższego nie przekłada się natomiast na jego jakość i stopień wykorzystania przez powiat. Lokalne szkoły wyższe koncentrują się na mało przydatnych w powiecie kierunkach humanistycznych, dając studentom złudne



nadzieje na znalezienie dobrego zatrudnienia. Jakość nauczania również nie jest wysoka. Zdaniem części badanych w powiecie brakuje wyższej szkoły technicznej.

*Poziom jest mizerny. Generalnie ustawiają się na wyciągnięcie pieniędzy od tych młodych ludzi. Gdyby od razu zaczęli uczyć się zawodu, ominęli te wszystkie szkoły, to byłoby z większym pożytkiem dla nich. (przedsiębiorca)*

Wielu badanych dostrzega chęć dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy. W powiecie funkcjonuje Powiatowa Rada Zatrudnienia, która opiniuje nowe kierunki nauczania. Powiatowy Urząd Pracy prowadzi monitoring zawodów deficytowych i nadwyżkowych. Szkoły wprowadzają nowe kierunki, takie jak: informatyka, elektronika, geodezja, gastronomia, agroturystyka, budownictwo. Dyrektorzy szkół starają się ograniczać nabór na kierunki, które wykształciły już zbyt wielu specjalistów w danej dziedzinie. Jednak nawet najlepsze chęci władz powiatu i szkół nie są w stanie dostosować na bieżąco oferty edukacyjnej. Cykl kształcenia trwa bowiem 3-4 lata, podczas gdy przez ten czas zapotrzebowanie rynku pracy może się znacząco zmienić. Istotnym ograniczeniem elastycznego dostosowania szkół do rynku pracy są oczekiwania uczniów i studentów, którzy nie chcą się kształcić w pewnych dziedzinach pożądanym przez pracodawców.

*Oferta edukacyjna jest dość szeroka, kształcimy w wielu zawodach. Też jest, myślę, na tyle elastyczna, że wyczuwając potrzeby, czy mając sygnał o konieczności kształcenia w jakimś kierunku, byłaby w stanie się przystosować. (samorząd)*

Jedynie zmiany w ofercie edukacyjnej, które przewidują respondenci, to takie, które dotkną całego kraju. Ze względu na niż demograficzny część szkół ulegnie likwidacji. Szkolnictwo będzie musiało się do tej sytuacji dopasować. Badani mają nadzieję, że w przyszłości większy nacisk położony zostanie na nauczanie zawodowe.





## 8. Potencjał gospodarczy powiatu

### 8.1. Współpraca dla rozwoju gospodarczego

Współpraca pomiędzy podmiotami i instytucjami powiatu chojnickiego jest bardzo niewielka. Zdecydowana większość respondentów zauważa, że zwykle przeważa interes indywidualny danego podmiotu, który nie widzi dla siebie żadnych pozytywnych skutków wynikających ze współpracy. Brak chęci do współpracy zauważalny jest zarówno ze strony samorządu, NGO, jak i przedsiębiorstw.

Przykłady pozytywnej współpracy dotyczą tylko współdziałania pojedynczych podmiotów, np. urząd – przedsiębiorstwo. W takich sytuacjach chodzi bowiem o interes pojedynczego podmiotu, a nie całej grupy. Łatwiej też wypracować wspólne rozwiązanie. Taką współpracę z pozytywnymi efektami widać w przypadkach rozwiązywania problemów przedsiębiorstw w kwestii planu zagospodarowania przestrzennego lub dostępu do infrastruktury.

*Współpraca na pewno jest. (...) Skiba zbudował jakąś ubojnię, zbudowano zaraz drogę i chodnik tam do tej ubojni. (dziennikarz)*

Współpraca z samorządem bywa pożądana przez przedsiębiorstwa wtedy, kiedy potrzebne jest wsparcie finansowe, np. ulgi podatkowe dla sektora turystycznego poza sezonem.

Z kolei przedstawiciele NGO twierdzą, że samorząd nie jest zainteresowany współpracą z nimi. Jest ona mu bowiem nie na rękę w sytuacjach, kiedy organizacje pozarządowe próbują wpływać na decyzje samorządu. Przedstawiciele NGO twierdzą, że samorząd jest niechętny konsultacjom społecznym. Z drugiej strony NGO są finansowane głównie przez samorząd, zatem współpraca jest do pewnego stopnia nieunikniona.

Organizacje pozarządowe nawiązują też współpracę z podmiotami gospodarczymi. W zdecydowanej większości przypadków dotyczy ona dofinansowania działalności NGO przez prywatne firmy na zasadzie sponsoringu. Jednocześnie pojawia się spostrzeżenie, że społeczna odpowiedzialność biznesu w powiecie raczej nie funkcjonuje. Można odnieść wrażenie, że działa ona wyłącznie we wspomnianym zakresie – na przykład poprzez czysto charytatywne wspieranie akcji organizowanej przez NGO.



Ogólna ocena współpracy trzech sektorów jest negatywna, choć trudno jednoznacznie znaleźć winnego takiej sytuacji. Respondenci mieli na ten temat bardzo różne zdania.

*Zbyt duża jest zawiść. Jak się obserwuje, że ktoś ma pomysł i chce go zrealizować, to raczej robi się tak, żeby go uciąć, nie pozwolić się rozwijać. Jakikolwiek porozumienia publiczno-prywatne nie zostały w rejonie zorganizowane jeszcze. (przedsiębiorca)*

Na podobnych zasadach opiera się współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami. Występuje ona tylko wtedy, kiedy wiąże się z czymś interesem. Najczęstszym przypadkiem współpracy jest zatrudnianie przez duże przedsiębiorstwa podwykonawców w postaci mniejszych firm z tej samej branży. Takie sytuacje występują w budownictwie, zdarzają się także w branży przetwórstwa runa leśnego.

*Między firmami widać współpracę w poszczególnych branżach. To jest taka prosta obserwacja, jeżeli Mostostal czy Zremb ma za dużo pracy, to często podwykonawcami tych konstrukcji stalowych, tak samo branży meblarskiej, są małe firmy. Firma Meblik, kiedyś działała w taki sposób, że współpracowała z 15-toma warsztatami, które dla niej produkowały elementy i potem w 1 warsztacie te elementy składano w całość. Czyli taka kooperacja istnieje. (samorząd)*

Respondenci zwracają uwagę, że nie istnieje w powiecie aktywna forma zrzeszania przedsiębiorstw w ramach wspólnego interesu. Przedstawiciele firm są zwykle niechętni takim działaniom, głównie ze względu na koszty i brak dostrzeganych korzyści. Wśród przedsiębiorstw powiatu dominuje konkurencja, a nie współpraca.

## 8.2. Czynniki decydujące o gospodarce powiatu

Do najistotniejszych czynników decydujących o rozwoju powiatu chojnickiego respondenci zaliczają:

- czynniki makroekonomiczne – największy wpływ na gospodarkę w powiecie ma obecnie sytuacja w kraju i na świecie (kryzys gospodarczy), decyduje ona m.in. o niechęci do inwestowania,
- przepisy, ustawy, polityka podatkowa – bardzo negatywnie oceniana otoczka formalno-prawna wszelkich przedsięwzięć gospodarczych, powiat nie ma na nią wpływu,
- aktywność władz powiatu – rozumiana jako aktywność w pozyskiwaniu inwestorów i otwartości na przedsiębiorstwa, szerzej omawiana w pkt. 3.2.,



- wykorzystanie funduszy unijnych – powiat chojnicki jest pod tym względem bardzo dobrze oceniany,
- nastawienie mieszkańców powiatu – respondenci chwalą aktywność i przedsiębiorczość mieszkańców powiatu, podkreślają, że to oni, bardziej niż zewnętrzni inwestorzy, pobudzają gospodarkę powiatu,
- wieloletnia tradycja w niektórych branżach,
- zasoby naturalne.

*Wszystko będzie zależało od tych warunków makroekonomicznych, bo one mają ogromny wpływ. Wszystko będzie zależało od ludzi i ich kompetencji i zaangażowania. Wszystko będzie zależało od tych środków unijnych, bo one też bardzo ułatwiają sprawę. (edukacja)*

### 8.3. Przyszłość gospodarki powiatu

Respondenci raczej pozytywnie podchodzą do przyszłości gospodarczej powiatu, choć nie spodziewają się istotnych zmian w stosunku do obecnej sytuacji.

Przewidują przede wszystkim dalszy, stabilny rozwój obecnie istniejących, dużych firm. Prawdopodobnie firmy coraz bardziej będą się informatyzować i automatyzować, co może spowodować spadek miejsc pracy w dużych zakładach przemysłowych.

Z drugiej strony rozwijać się będą również mniejsze firmy. Najbardziej wzrośnie sektor usług, w tym przede wszystkim turystyka oraz handel (galerie handlowe).

Część respondentów wierzy w rozwój gospodarki związany z wydobywaniem w przyszłości gazu łupkowego na terenie województwa pomorskiego.

Respondenci nie spodziewają się nowych, znaczących inwestorów w powiecie.



## 9. Aneks – scenariusz IDI (ok.60 min.)

### 1. Wstęp – 2 min

- Przedstawienie się moderatora, agencji badawczej, poinformowanie o celu badania, Zleceniodawcy, zapewnienie o poufności, przedstawienie listu intencyjnego.
- Moderator informuje respondenta, że badanie jest współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

### 2. Rozgrzewka i jakość życia – 5 min

- Przedstawienie się respondenta.
- Czym się zajmuje? Gdzie pracuje? Od jak dawna? Jakimi zagadnieniami zajmuje się w swojej pracy zawodowej?
- Czy jest mieszkańcem Chojnic lub powiatu chojnickiego? Od jak dawna?
- Jak ocenia warunki życia w powiecie chojnickim? Co stanowi mocne strony powiatu w tej kwestii, a co słabe?
- Jak ocenia jakość życia mieszkańców powiatu w porównaniu do mieszkańców innych powiatów województwa? Z czego to wynika?
- Jakie zmiany zauważa w swoim mieście / powiecie na przestrzeni ostatnich lat? Czy to są zmiany na lepsze, czy na gorsze? Dlaczego tak sądzi?

### 3. Atrakcyjność inwestycyjna powiatu – 10 min

- Jak ocenia atrakcyjność inwestycyjną powiatu chojnickiego? Z czego to wynika? Dlaczego tak uważa?
- A w jaki sposób ocenia możliwości powiatu pod kątem napływu inwestorów? Dlaczego?
- Z jakich rynków zbytu korzysta, jego zdaniem, powiat chojnicki? Z czego to wynika? Na ile są to chłonne rynki? Jakie inne rynki mogłyby stać się rynkami zbytu dla powiatu? Dlaczego?
- Jak ocenia aktywność władz powiatu wobec potencjalnych inwestorów? Z czego wynika taka ocena?
- Jak ocenia dostępność komunikacyjną powiatu (dotarcie do powiatu z innych regionów)?



A jak komunikację w samym powiecie (przemieszczanie się po powiecie)? Jakie są mocne strony powiatu w tej kwestii, a jakie słabe? Na ile kwestie komunikacyjne wpływają na atrakcyjność inwestycyjną powiatu?

- Jak ocenia stan infrastruktury w zakresie zabezpieczenia mediów (woda, kanalizacja, energia)?
- Jak jego zdaniem zmieni się w najbliższych kilku latach atrakcyjność inwestycyjna powiatu? Dlaczego tak uważa?

#### 4. Wykorzystanie zasobów naturalnych oraz położenia – 5 min

- Jak ocenia potencjał turystyczny powiatu (walory turystyczne: zabytki, ciekawe miejsca, przyroda)? Na ile, jego zdaniem, wykorzystany jest ten potencjał? Jakie zasoby turystyczne są w pełni wykorzystywane, a jakie niewystarczająco?
- Czy w powiecie podejmowane są działania w zakresie ochrony środowiska? Jakie? Czy wpływają one na atrakcyjność turystyczną powiatu?
- Czy wiedzą, że w powiecie powstał/funkcjonuje klaster turystyczny? Czy wiedzą, czym się zajmuje? Kto do niego należy? Czy widać jego działalność? Co może wnieść nowego/dobrego w kwestii atrakcyjności turystycznej powiatu chojnickiego?
- Jak jego zdaniem zmieni się w najbliższych kilku latach potencjał turystyczny powiatu? Dlaczego tak uważa?

#### 5. Tendencje rozwojowe – 10 min

- Jakich są, jego zdaniem, tendencje rozwojowe przedsiębiorstw na terenie powiatu? W jakim kierunku rozwijają się przedsiębiorstwa z powiatu? Czy to uległo zmianie w ostatnim czasie?
- Jakich czynniki decydują o kierunkach rozwoju powiatu? Co wpływa na decyzje rozwojowe przedsiębiorstw?
- Czy firmy skupione są w kilku głównych branżach? *Jeśli tak:* Jakich to branż? Czy istnieje niebezpieczeństwo, że w przypadku załamania się jednej z nich, dojdzie do kryzysu w powiecie?
- Które branże powinny być bardziej rozwijane?
- *Jeśli nie padnie spontanicznie – porusz zagadnienie energetyki odnawialnej – czy funkcjonuje w regionie, czy jest rozwojowa, co sądzi o tej gałęzi gospodarki?*



- Jak, jego zdaniem, zmienią się w najbliższych kilku latach tendencje rozwojowe przedsiębiorstw w powiecie? Dlaczego tak uważa?

## 6. Aktywność podmiotów gospodarczych – 5 min

- Które przedsiębiorstwa są liderami w powiecie? Od jak dawna są liderami? Czy ich pozycja liderów jest stabilna i niezagrożona? Dlaczego tak uważa?
- Które podmioty mają potencjał, aby stać się w przyszłości liderami powiatu? Dlaczego?

## 7. Rynek pracy i edukacja – 10 min

- Jak wygląda dostępność i jakość zasobów ludzkich w powiecie? Czy firmy mają problemy z zatrudnieniem potrzebnych im pracowników? Z czego to wynika? Jakich pracowników szczególnie brakuje w powiecie?
- Czy rynek pracy w powiecie jest bardziej rynkiem pracownika czy pracodawcy? Dlaczego?
- Na jakie zawody w przyszłości przewiduje największe zapotrzebowanie w powiecie chojnickim? Dlaczego tak uważa?
- A jakie zawody będą, jego zdaniem, zanikać? Dlaczego tak sądzi?
- Jaki jest stopień dostosowania oferty edukacyjnej do zapotrzebowania lokalnego rynku? Dlaczego?
- A jak ogólnie ocenia ofertę edukacyjną w powiecie? Jak ocenia oferowane kierunki nauczania? Czy są potrzebne, wartościowe? Które tak, a które nie?
- Jakich kierunków nauczania brakuje w ofercie edukacyjnej powiatu chojnickiego? Dlaczego tak sądzi? Czy uważa je za kierunki przyszłościowe?
- Czy dostrzega obecnie związek pomiędzy ofertą edukacyjną a rozwojem gospodarki w powiecie? Na czym on polega?
- Jak zmieni się sytuacja na rynku pracy i dostępność zasobów ludzkich w powiecie w najbliższych kilku latach? Dlaczego tak sądzi?
- A w jakim kierunku pójdzie edukacja w powiecie?



## 8. Wpływy na gospodarkę powiatu – 5 min

- Jakie czynniki decydują o sytuacji gospodarczej powiatu? Jakie jeszcze? Czy jest to obecnie wpływ pozytywny czy negatywny?
- Czy dostrzega współpracę: biznesu, samorządu oraz NGO w zakresie rozwoju gospodarki? Jak wygląda ta współpraca? Na czym polega?
- Które z sektorów częściej współpracują? Jak ocenia te współpracę? Czy jest skuteczna? Czy wpływa na rozwój gospodarczy powiatu?
- A czy dostrzega współpracę pomiędzy podmiotami gospodarczymi w powiecie? Na czym ona polega? Jak ją ocenia?

## 9. Podsumowanie – 5 min

- Jak ocenia potencjał gospodarczy powiatu? Co jest jego mocną stroną, a czego brakuje?
- W jaki sposób ocenia ogólnie rozwój gospodarki w powiecie? W jakim kierunku zmierza gospodarka powiatu? Jak wyglądała kilka lat temu? Jak wygląda obecnie? Jak, jego zdaniem, będzie wyglądać za kilka lat? Co się zmieni w kwestiach gospodarczych?
- A jak jego zdaniem powinna wyglądać gospodarka powiatu za kilka lat? Co powinno się w tym celu zrobić? Co należy zmienić?