

Mariusz Tomczyk

Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce polskiej

Obronność - Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej nr 4, 160-175

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

AUTOR
mgr Mariusz Tomczyk

RECENZENT
dr hab. Lech Kościelecki

MAŁE I ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWA W GOSPODARCE POLSKIEJ

Wstęp

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) jest częścią gospodarki, która rozwija się najbardziej dynamicznie. Małe i średnie firmy stanowią bardzo istotny element polskiej gospodarki oraz umożliwiają jej szybszy rozwój. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw oraz jego rolę w gospodarce często określają stwierdzenia, takie jak: „siła napędowa gospodarki” czy „sól gospodarki rynkowej”. Słowa te potwierdzają kraje wysoko rozwinięte, w których o poziomie rozwoju gospodarczego decyduje gospodarka oparta właśnie na małych i średnich przedsiębiorstwach. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw stanowi specyficzną grupę przedsiębiorstw.

Identyfikacja małych i średnich przedsiębiorstw

Istnieje wiele definicji i pojęć na określenie małych i średnich przedsiębiorstw. Powodem różnorodności form i rodzajów małych i średnich przedsiębiorstw występujących w gospodarce jest odmiennosc makroekonomiczna uwarunkowań społeczno-gospodarczych w różnych krajach, a także specyfika branż, w których funkcjonują firmy. Zaliczenie danej jednostki do sektora małych i średnich przedsiębiorstw może być oparte na różnego rodzaju kryteriach.

Najczęściej bierze się pod uwagę dwa następujące kryteria:

a) ilościowe – wykorzystujące bezwzględne miary wielkości; oparte na takich miernikach ekonomicznych, jak: liczba zatrudnionych, wielkość obrotów, wielkość aktywów, zasięg rynku zbytu.

b) jakościowe – opisujące stan lub miejsce przedsiębiorstwa w danej branży; oparte na takich cechach firmy, jak: jedność własności i zarządzania, niezależność decyzyjna oraz finansowa, stopień spłaszczenia struktury organizacyjnej, innowacyjność, system zarządzania, a także udział w rynku¹.

¹ K. Poznańska, *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998, s. 11 i s. 18–19.

Główny Urząd Statystyczny w Polsce określa następujące przedziały ilościowe powstałe przy uwzględnianiu kryterium liczby zatrudnionych:

- mikroprzedsiębiorstwa – do 9 zatrudnionych;
- małe przedsiębiorstwa – od 10 do 49 zatrudnionych;
- średnie przedsiębiorstwa – od 50 do 249 zatrudnionych;
- duże przedsiębiorstwa – od 250 do 500 i więcej zatrudnionych².

Zgodnie z Rekomendacją Komisji UE od 3 kwietnia 1996 r. w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw wyróżnić można następujące grupy:

1. mikroprzedsiębiorstwa – zatrudniające do 10 osób, do których zaliczają się także jednostki samozatrudniające (brak zatrudnionych);
2. małe przedsiębiorstwa – zatrudniające od 10 do 50 osób, o rocznym obrocie nie przekraczającym 7 mln euro lub o rocznej sumie bilansowej mniejszej niż 5 mln euro;
3. średnie przedsiębiorstwa – zatrudniające od 50 do 250 osób, osiągające roczne obroty mniejsze niż 40 mln euro lub rocznej sumie bilansowej nie przekraczającej 27 mln euro³.

Tabela 1. Definicja małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce i Unii Europejskiej z 2 kwietnia 1996 roku

Przedsiębiorstwa	Małe	Średnie
Zatrudnienie	Poniżej 50 pracowników	Poniżej 250 pracowników
Przychody netto ze sprzedaży	Do 7 mln euro	Do 40 mln euro
Suma aktywów bilansu	Do 5 mln euro	Do 27 mln euro
Zależność	Przedsiębiorstwa niezależne	Przedsiębiorstwa niezależne

Źródło: M. Bednarczyk (red), *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce a integracja europejska*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 18.

W Polsce definicję mikro, małego i średniego przedsiębiorstwa, która jest zgodną z definicją unijną, formułuje Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej. Według tej definicji:

Art. 104. Za mikroprzedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który, w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych:

- 1) zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników oraz
- 2) osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nie przekraczający równowartości w złotych 2 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 2 milionów euro⁴.

² M. Tokarski, *Factoring w małym i średnim przedsiębiorstwie – forma krótkookresowego finansowania działalności*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 17.

³ A. Skowronek-Mielczanek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2005, s. 4.

⁴ Dz.U. nr 173, poz. 1807.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw stanowi 99,9% przedsiębiorstw w Polsce. Udział mikroprzedsiębiorstw i przedsiębiorstw jednoosobowych w przedsiębiorstwach ogółem wynosi 97,1%, małych przedsiębiorstw – 2,1%, średnich – 0,7% oraz dużych 0,1%⁵. Pomimo różnorodności małych i średnich przedsiębiorstw, w sektorze MSP można wskazać pewne cechy wspólne:

- typowym przedsiębiorstwem z sektora MSP jest przedsiębiorstwo rodzinne, zarządzane przez jedną osobę, która jest głównym czynnikiem sprawczym impulsów przedsiębiorczych w firmie i bierze na siebie całą odpowiedzialność;
- małe przedsiębiorstwa posiadają zdolność do szybkiej reakcji na zmiany koniunktury rynkowej oraz w szybkim tempie wprowadzają produkty na rynek;
- duży wpływ na podejmowanie decyzji w przedsiębiorstwie ma rodzina właściciela;
- większość właścicieli woli zrezygnować z szybszego rozwoju firmy, jeśli miałoby się to wiązać z przyjęciem wspólnika;
- decydujące znaczenie dla finansowania małego przedsiębiorstwa ma wielkość i możliwość dysponowania kapitałem własnym.

Duże znaczenie dla gospodarki finansowej przedsiębiorstwa ma jego forma organizacyjno-prawna. Należy zauważyć, że 82,8% małych i średnich przedsiębiorstw stanowią przedsiębiorstwa jednoosobowe (samoza-trudnienie), 9,6% stanowią spółki osobowe, 9,7% spółki kapitałowe (w tym spółki z ograniczoną odpowiedzialnością – 4,5%), natomiast pozostałe 2,9% ogółu MSP stanowią przedsiębiorstwa o innej formie organizacyjno-prawnej⁶. Małe firmy niewątpliwie przyczyniają się do zwiększenia dobrobytu gospodarki. Zaspokajają potrzeby otoczenia i stymulują sytuacje, które zachęcają do otwierania innych, małych przedsiębiorstw. Przedsiębiorczość prowadzona na niewielką skalę w porównaniu z działalnością prowadzoną na dużą skalę posiada wiele zalet:

- swobodę w podejmowaniu decyzji oraz elastyczność w przystosowywaniu się do nowych warunków;
- możliwość dotarcia do małych grup konsumenckich tzw. nisz konsumentów, które dużym przedsiębiorstwom nie przyniosłyby dochodu, natomiast dla małego przedsiębiorcy mogą być źródłem zysku;
- dużą elastyczność struktury organizacyjnej, co umożliwia przyciągnięcie specjalistów na zasadzie współdziałowca, a także stwarza właścicielowi warunki do dobrego poznania swoich pracowników;

⁵ T. Łuczka, P. Przysiecki, *Sylwetka mikro i małych przedsiębiorstw w Polsce*, s. 129.

⁶ J. Prus, *Funkcjonowanie małego i średniego przedsiębiorstwa*, [w:] *Finanse małych i średnich przedsiębiorstw*, W. Pulta (red.), PWE, Warszawa 2004, s. 29.

- niskie koszty stałe – w małej firmie właściciel może pracować razem z pracownikami, co pomoże mu być bardziej konkurencyjnym cenowo oraz obniży koszty pracy⁷.

Otoczenie przedsiębiorstw

Przedsiębiorstwo jest najmniejszą częścią systemu społeczno-gospodarczego i podstawową jednostką gospodarowania. Jest powiązane nie tylko z organami państwa, ale również z innymi częściami systemu społecznego. Firmy funkcjonują więc w otoczeniu społeczno gospodarczym, które możemy podzielić na otoczenie bliższe oraz dalsze. W skład otoczenia bliższego wchodzi podmioty, z którymi przedsiębiorstwo wchodzi w stosunki umowno-wymienne. Chodzi tu przede wszystkim o instytucje rynku zaopatrzenia, rynku pracy, rynku zbytu i rynku finansowego – tworzą one bezpośrednie otoczenie gospodarcze przedsiębiorstwa. W skład otoczenia dalszego zaliczamy pozostałe elementy, takie jak: polityczno-prawne, socjalno-kulturowe, techniczne oraz pewne elementy otoczenia ogólnogospodarczego np. międzynarodowe stosunki gospodarcze oraz otoczenie ekologiczne⁸.



Źródło: J. Kortan, *Podstawy ekonomiki i zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 1997, s. 85.

Rys. 1. Otoczenie przedsiębiorstwa

⁷ J. Sawicka, *Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa*, Wyd. SGGW, Warszawa 2000, s. 11–12.

⁸ J. Kortan, *Podstawy ekonomiki i zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 1997, s. 85.

W dalszym otoczeniu przedsiębiorstwa znajduje się środowisko naturalne, czyli system ekologiczny wraz z jego zasobami. Wynikiem działalności firmy jest emisja zanieczyszczeń do środowiska oraz mniej lub bardziej intensywne wykorzystywanie zasobów naturalnych – zależy to od rodzaju działalności firmy i innych czynników. W rezultacie stwarza to zagrożenie dla środowiska naturalnego, ponieważ większość zasobów naturalnych jest nieodnawialna. Ciągły rozwój gospodarczy powoduje rosnące zużycie zasobów naturalnych, a także zmiany w faunie i florze. Środowisko społeczne dzięki stworzonemu systemowi polityczno-prawnemu oraz kulturze ma istotne znaczenie dla przedsiębiorstwa. System polityczno-prawny gwarantuje możliwość swobodnego prowadzenia działalności gospodarczej i tworzy podstawy obrotu gospodarczego. Kultura przedsiębiorcza wg B. Piaseckiego *jest jednym z najważniejszych źródeł rozwoju gospodarczego, a innowacja i przedsiębiorczość są motorem konkurencyjnych korzyści całej gospodarki. Stopień kultury przedsiębiorczej daje się dostrzec w pewnych atrybutach przedsiębiorcy (dążenie do zysku, innowacyjność, kreatywność, gotowość do podejmowania ryzyka, do osiągnięcia sukcesu, do umiejętności przetrwania w trudnych warunkach itd.) oraz w pewnych postawach, typowych dla tradycji rzemieślniczej (solidność i rzetelność, troska o dobre imię firmy, dbałość o jakość itd.). Zachowania przedsiębiorcze można także (w pewnym zakresie) wyrazić przez określone postawy menedżerskie i objaśnić kategoriami ekonomicznymi.* Otoczenie technologiczne stanowi dynamicznie rozwijająca się technika i technologia. Jednym z podstawowych motorów przyspieszenia jest postęp techniczno-technologiczny. Jest on jednym z głównych warunków rozwoju gospodarczego kraju, a także przedsiębiorstwa. Między przedsiębiorstwem, a jego otoczeniem istnieje wiele powiązań dynamicznych, które oddziałują na przedsiębiorstwo, natomiast przedsiębiorstwo oddziałuje na otoczenie, w którym istnieje. Spowodowane jest to tym, że otoczenie, w którym znajduje się przedsiębiorstwo, składa się z różnych grup roszczeniowych, powiązanych formalnie lub nieformalnie z firmą, których roszczenia muszą być uwzględnione w działalności firmy.

Elementy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw jest również specyficzny pod względem zarządzania. Firmy są bardzo podatne na uleganie indywidualnościom. Chodzi głównie o to, że zasoby przedsiębiorstwa mogą być wykorzystane w różny sposób zależnie od indywidualności menedżera/właściciela danej firmy. Kształtowanie indywidualności firmy w praktyce nie jest rzeczą prostą i nie dzieje się automatycznie. Oznacza to, że małe i średnie firmy,

a zwłaszcza te, w których występują słabe więzi poziome, zmuszone są w tym przypadku do samotnej walki z konkurencją⁹. Działania, które pomagają sektorowi MSP w walce z konkurencją to m.in.:

- elastyczność w stosunku do szybko zmieniającego się otoczenia,
- łatwiejsza weryfikacja innowacji przez potrzeby rynkowe,
- efektywniejsze wykorzystywanie szans i okazji rynkowych,
- sprawny przepływ informacji w przedsiębiorstwie,
- dokładna kontrola i redukcja kosztów (zwiększy konkurencyjność),
- nastawienie się na zaspokajanie konkretnych potrzeb rynku lokalnego,
- wykorzystanie źródeł finansowania przeznaczonych wyłącznie dla przedsiębiorstw gospodarki lokalnej¹⁰.

Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą realizować swoją działalność gospodarczą w sposób bardziej efektywny, jeżeli będą łączyć swoje inicjatywy gospodarcze w celu osiągnięcia korzyści skali i korzyści zakresu.

Korzyści skali polegają na specjalizacji i wspólnym zleceniu określonych usług, takich jak np. reklama, szkolenia pracowników, badania rynku itd. Wspólne zlecenie różnych usług powoduje spadek kosztów takiej usługi i znaczny wzrost profesjonalizmu wykonania danej usługi.

Korzyści zakresu dają możliwość rozszerzenia zakresu działalności danego przedsiębiorstwa poprzez współpracę z innymi przedsiębiorstwami. Często taka działalność jest bodźcem dla przedsiębiorstwa do stworzenia dodatkowej sieci instytucjonalnej świadczącej usługi dla innych małych i średnich przedsiębiorstw w regionie, danej miejscowości lub gminie¹¹. Specyfika działalności firm z sektora MSP polega również na tym, że firmy działające w tym sektorze nie zawsze działają w oparciu o przemyślaną strategię rozwoju. Dodatkowo, przedsiębiorstwa te (z uwagi na swoje rozmiary) nie posiadają zdolności do kształtowania swojego otoczenia – to one muszą się dostosowywać do niego. Zarządzanie i rozwój małego przedsiębiorstwa są w dużym stopniu uzależnione od właściciela, od którego wychodzi inicjatywa działania. Chodzi tu zarówno o formułowanie strategii, horyzontu czasowego, formy, jak i możliwości zmian. To wszystko uzależnione jest od preferencji właściciela oraz motywacji do działania, a także od gotowości do podejmowania ryzyka. Ważną rolę odgrywa również umiejętność właściciela polegająca na wyszukiwaniu korzystnych zmian w otoczeniu oraz szybka reakcja na nie. Różnorodność możliwości zarządzania ma-

⁹ M. Strużycki (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2002, s. 23.

¹⁰ A. Skowronek-Mielczanek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2005, s. 8–9; M. Strużycki (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2002, s. 20–21.

¹¹ M. Strużycki (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2002, s. 21.

łą firmą sprawia, że małe firmy nie są przedsiębiorcze w takim samym stopniu.

Dużą rolę w zarządzaniu małym przedsiębiorstwem odgrywa planowanie taktyczno-operacyjne. Umożliwia sprawne zarządzanie przedsiębiorstwem, a także pozwala osiągnąć krótkookresowy zysk. W praktyce, podejście strategiczne w małych firmach ma mniejsze znaczenie. Prognozowanie i planowanie strategiczne ma w małych podmiotach mniejsze znaczenie, nie oznacza to jednak, że jest ono zbędne. Zazwyczaj decyzje podejmowane w małym przedsiębiorstwie są na podstawie doświadczenia i intuicji właściciela, a także na podstawie trafnych sądów. Należy również zauważyć, że w małej firmie znacznie szybciej i łatwiej można objaśnić pracownikom opracowaną strategię. Dzięki temu zostanie ona przez nich lepiej zrozumiana i wdrażana. Jest to gwarancją nie tylko przetrwania, lecz także osiągnięcia pożądaných zysków¹².

Źródła i formy finansowania MSP

Najważniejszym elementem każdego przedsiębiorstwa (nie tylko tego, które już funkcjonuje na rynku, ale również tego, które dopiero wchodzi na rynek) jest kapitał. Przedsiębiorstwo musi posiadać odpowiednią ilość kapitału, aby móc funkcjonować w gospodarce. Źródła finansowania przedsiębiorstwa mogą być różne. Odpowiednio dobrane źródło finansowania przedsiębiorstwa nie tylko wywiera znaczący wpływ na wynik finansowy firmy, ale także określa jego egzystencje na rynku i decyduje o dalszym rozwoju. Właśnie dlatego wybór źródła finansowania przedsiębiorstwa jest jedną z najistotniejszych decyzji strategicznych firmy. Finansowanie przedsiębiorstwa można rozpatrywać z wielu stron. Najczęstszymi kryteriami podziału źródeł finansowania przedsiębiorstwa są:

- prawo własności kapitału:
 - kapitał obcy,
 - kapitał własny,
- źródła pochodzenia kapitału:
 - wewnętrzne,
 - zewnętrzne,
- czas dyspozycji określonym kapitałem, obejmujący kapitały:
 - krótkoterminowe,
 - długoterminowe
- powód finansowania:
 - pierwotne,

¹² I. Janiuk, *Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2004, s. 84.

- bieżącej działalności,
- rozwoju, czyli procesów inwestycyjnych¹³.

Głównym źródłem finansowania firmy z sektora MSP powinien być kapitał własny. Kapitał ten może mieć charakter zewnętrzny bądź wewnętrzny w stosunku do przedsiębiorstwa. Źródła kapitału własnego dla małych i średnich firm zależą m.in. od wielkości danego przedsiębiorstwa oraz formy prawnej przedsiębiorstwa itp. Poniższa tabela przedstawia źródła kapitałów własnych przedsiębiorstw z sektora MSP.

Tabela 2. Źródła kapitałów własnych w przedsiębiorstwie

Kapitały własne	
Źródła wewnętrzne	Źródła zewnętrzne
<ul style="list-style-type: none"> • zysk netto • amortyzacja • przekształcenia w aktywach • przekształcenia w kapitałach 	<ul style="list-style-type: none"> • dopłaty wspólników • poszukiwanie nowych wspólników • fundusze <i>venture capital</i>¹⁴ • emisja na rynku pozagiełdowym

Źródło: A. Skowronek-Mielczanek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2005, s. 27.

Rola kapitału własnego w finansowaniu firm z sektora MSP jest ogromna. Kapitał własny pełni następujące funkcje:

1. założycielska – zgromadzony wcześniej kapitał pozwala na otwarcie działalności gospodarczej,
2. finansowa – kapitał własny jest bezzwrotnym źródłem finansowania przedsiębiorstwa, w zależności od potrzeb można go uzupełnić o kapitał obcy,
3. gwarancyjna – kapitał własny jest źródłem zabezpieczenia finansowego na wypadek ewentualnych strat przedsiębiorstwa,
4. wyrównawcza – kapitał własny jest zabezpieczeniem dla płynności finansowej firmy,
5. pomiarowa – wielkość kapitału własnego jest podstawą podziału dochodu,
6. reprezentacyjna – funkcja ta wynika z faktu, że wielkość udziału kapitału własnego w bilansie finansowym firmy informuje o stabilności przedsiębiorstwa, a tym samym o jego atrakcyjności dla inwestorów¹⁵.

¹³ A. Skowronek-Mielczanek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2005, s. 21–22.

¹⁴ Jest to specyficzna forma finansowania traktowana jako finansowanie ryzykownych innowacji. Polega ona na łączeniu innowacyjnych know-how z kapitałem. Firmy *venture capital* funkcjonują głównie w formie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółek akcyjnych. Celem *venture capital* jest doprowadzenie rozwijającej się firmy do pełnej dojrzałości ekonomicznej, co wyraża się w osiągnięciu przez nią odpowiedniego progu rentowności.

¹⁵ Opr. własne na podst.: M. Kurowska, *Ocena zdolności kredytowej małych i średnich przedsiębiorstw*, Uniwersytet Łódzki, prace doktorskie z zakresu ekonomii i zarządzania, Łódź 2005, s. 28.

Tabela 3. Źródła kapitałów obcych w przedsiębiorstwie

Kapitały obce	
Kapitały długoterminowe	Kapitały krótkoterminowe
<ul style="list-style-type: none"> • rezerwy • bankowe kredyty długoterminowe • poręczenia kredytowe • leasing • franchising • obligacje • dotacje i subwencje • środki z funduszy pomocowych • pożyczki od rodziny i znajomych 	<ul style="list-style-type: none"> • bankowe kredyty krótkoterminowe • zobowiązania odnawialne • kredyty od dostawców • kredyty od odbiorców • factoring • pożyczki z sektora pozabankowego • krótkoterminowe papiery dłużne • pożyczki od rodziny i znajomych

Źródło: A. Skowronek-Mielczanek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2005, s. 31.

Najczęstszą formą finansowania kapitałem obcym przedsiębiorstw z sektora MSP są kredyty bankowe krótko i długoterminowe. Mali przedsiębiorcy mają utrudniony dostęp do tych form finansowania ze względu na duże koszty pozyskania kredytu, zabezpieczenia oraz konieczność przedstawienia szczegółowych informacji ekonomiczno-finansowych. Kolejną formą finansowania firmy jest leasing. Leasing jako obca forma finansowania MSP staje się w gospodarce polskiej coraz bardziej popularna. Polega na przekazaniu przez właściciela pewnego dobra osobie, zwanej leasingobiorcą, określonego w umowie przedmiotu, w celu korzystania z niego przez ściśle określony czas, w zamian za wpłacanie w regularnych terminach rat leasingowych. Przez cały czas trwania umowy właścicielem przedmiotu jest leasingodawca¹⁶. Inną formą wykorzystania długoterminowych źródeł kapitału jest umowa franchisingu. Franchising polega na udzieleniu przez właściciela osobie korzystającej z franczyzy pozwolenia na używanie jego firmy, tzn. nazwy, znaków towarowych, nazw handlowych, technologii i systemów dystrybucji, oraz udzielenie wszelkiej niezbędnej pomocy w tym zakresie.

Finansowe korzyści z tytułu franchisingu to przede wszystkim:

- pomoc finansowa dla biorcy w postaci pożyczki lub udziału franchiso-dawcy w kosztach inwestycji;
- możliwość dzierżawy sprzętu przez biorcę (nabywanego przez dawcę);
- dostarczanie przez dawcę elementów wyposażenia lokalu;
- finansowanie przez dawcę majątku obrotowego (opóźnione terminy płatności);
- ograniczenie kosztów: marketingu (promocji i reklamy), szkoleń pracowników;

¹⁶ A. Bretyn, *Źródła Finansowania sektora małych i Średnich przedsiębiorstw w Polsce*, Katedra Ekonomii Porównawczej, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2006, s. 20.

- biorca korzysta z renomy i siły dawcy, co poprawia jego wiarygodność kredytową w bankach, oraz pozycję w negocjacjach handlowych z kontrahentami;
- wysokie prawdopodobieństwo sukcesu rynkowego i przewidywalność dochodów;
- zwiększony poziom bezpieczeństwa (korzystanie z opieki silnego partnera).

Coraz większą popularność jako źródło zewnętrznego finansowania krótkoterminowego MSP w Polsce zyskuje również factoring. Polega on na odkupywaniu za gotówkę przez bank lub inną firmę od przedsiębiorstw sum należnych im od odbiorców w zamian za odsetki i prowizję. Przedmiotem obrotu są umowy dostawy, sprzedaży lub umowy o usługi zawarte między podmiotami gospodarczymi oraz świadczenie na rzecz dostawców uzgodnionych w umowie usług księgowych, inkasowych, kontrolnych, doradczych itp. Takie rozwiązanie jest bardzo korzystne dla przedsiębiorstw, które sprzedają z odroczonym terminem płatności, ponieważ dzięki niemu likwidowane jest ryzyko utraty płynności finansowej. Szybkie zmiany zachodzące na rynkach nie sprzyjają długofalowemu procesowi zarządzania małymi przedsiębiorstwami. Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw zazwyczaj nie jest oparte na przemyślanej strategii rozwoju. Rozwój małego przedsiębiorstwa w dużej mierze uwarunkowany jest osobą właściciela – inicjatora działalności. Decyzje dotyczące małej firmy podejmowane są na podstawie doświadczenia, trafnych sądów oraz intuicji menedżerów – właścicieli. Jednak ważne jest, aby menedżerowie – właściciele uświadomili sobie, że działania strategiczne są istotne w podejmowaniu decyzji z perspektywy długookresowej.

Znacznie innowacji w sektorze MSP

Rozwój globalny spowodował poszukiwanie przez przedsiębiorstwa nowej wartości – która zapewni mu przewagę konkurencyjną na danym rynku lub sektorze. Ta wartość to innowacje. Innowacja to termin rozumiany bardzo szeroko. Najogólniej mówiąc, oznacza pewną nowość, którą cechuje nowoczesność, a przede wszystkim występowanie popytu na nią¹⁷. Literatura zna wiele definicji innowacji. Jednak wszystkie zawierają w sobie element tworzenia nowego produktu, obarczonego ryzykiem niepowodzenia. Z punktu widzenia zarządzania strategicznego oraz innowacji jako całości – innowacje można podzielić na innowacje technologiczne oraz innowacje organizacyjne. Innowacje technologiczne to, najogólniej rzecz biorąc, nowe

¹⁷ T. Falencikowski, *Zarządzanie współczesnymi przedsiębiorstwami, uwarunkowania strategiczne i kulturowe*, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Warszawa 2010, s. 143.

produkty lub usługi, które nie istniały do tej pory na rynku wypełniające lukę rynkową. Natomiast innowacje organizacyjne to z kolei procesy wewnętrzne przedsiębiorstwa, które mają na celu zwiększenie efektywności w zakresie nowych produktów, procedur czy technologii. Należy jednak zwrócić uwagę na bezwzględne stosowanie tych dwóch rodzajów innowacji razem. Stosowanie ich oddzielnie nie przynosi oczekiwanego efektu. Innowacja bez wątplenia jest jednym z ważniejszych czynników konkurencyjności. Próba zdefiniowania zarządzania innowacyjnego jest niezwykle trudna z uwagi na różne podejścia ekonomistów do problemu. Rozumienie innowacji warunkuje rozumienie zarządzania innowacjami. Proces innowacyjny składa się z czynności zarządczych, takich jak: planowanie, organizowanie, motywowanie oraz kontrola¹⁸. Proces innowacji nie może być rozumiany jako działanie przedsiębiorstwa, które jest przypadkowe, ale jako przemyślany, długofalowy proces. Zarządzanie innowacjami stanowi syntetyczny proces. Proces ten jest bardzo ważny, ponieważ zapewnia przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa oraz umożliwia nie tylko tworzenie samych innowacji, lecz także ich dalszy rozwój, nowe zastosowania. W obecnych czasach technologia informatyczna staje się coraz bardziej strategicznym czynnikiem sukcesu dla małych i średnich przedsiębiorstw. Technologie informatyczne umożliwiają tworzenie nowych struktur organizacyjnych małych i średnich przedsiębiorstw. Ułatwiają komunikowanie się przedsiębiorstw z klientami poprzez sieci komputerowe. Istotna jest również poprawa efektywności sektora MSP oraz rozwój e-handlu, który powoduje zmniejszenie kosztów i skraca czas dostawy do klienta, a przede wszystkim zwiększa liczbę klientów. Technologia informatyczna ułatwia również przepływ informacji w przedsiębiorstwie oraz daje możliwość zaistnienia w globalnej gospodarce¹⁹.

Gwałtowny wzrost globalnej konkurencji powoduje, że przedsiębiorstwa z sektora MSP, które dotychczas konkurowały na rynkach lokalnych, muszą stawiać czoła całkiem nowym, często dobrze zorganizowanym i dofinansowanym przedsiębiorstwom z całego świata. Jest to wynikiem stale rosnącego tempa zmian oraz wzrostu znaczenia aktywów niematerialnych. Duże znaczenie odgrywa również rozwój nowych technologii teleinformatycznych oraz związanego z tym Internetu. Internet to globalna sieć komputerowa, połączona ze sobą za pomocą międzynarodowych łączy telekomunikacyjnych²⁰. W sektorze małych i średnich przedsiębiorstw Internet jest

¹⁸ B. Bojewska, *Zarządzanie innowacjami jako źródło przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2009, s. 197.

¹⁹ A. Drab-Kurowska, A. Sokół, *Małe i średnie przedsiębiorstwa wobec wyzwań rozwoju technologii XXI wieku*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2010, s. 132.

²⁰ M. Thomson, *Advertising on the Internet. Dissertation submitted on The University of Westminster for the Master Degree in marketing*, September 1996.

wykorzystywany głównie jako technologia pośrednicząca pomiędzy przedsiębiorstwem a klientem lub pomiędzy przedsiębiorstwami. W sytuacji, gdy takie relacje zachodzą wewnątrz przedsiębiorstwa – taki system nosi nazwę Intranetu. Internet zmniejsza w znacznym stopniu koszty transakcyjne. Dzięki globalnemu zasięgowi pełni również rolę kanału dystrybucji pomiędzy klientem a przedsiębiorstwem.

Rola benchmarkingu w przedsiębiorstwie

Skłonność do naśladowania innych ludzie wykazywali od zarania dziejów. Powodem tego była chęć rywalizacji lub uzyskanie określonych korzyści. Naśladownictwo i chęć dorównania innym jest obecne również w czasach współczesnych. Występuje wszędzie. W sporcie, kulturze, nauce a także w gospodarce. Naśladownictwo w gospodarce nosi nazwę benchmarkingu. Benchmarking to nic innego jak porównywanie siebie do najlepszych, dorównywanie im, uczenie się od najlepszych – producentów bądź usługodawców.

Z. Martyniak przytacza kilka definicji tego pojęcia. Benchmarking to:

- uczenie się od najlepszych poprzez porównywanie się do najlepszych;
- porównywanie swoich procesów, usług, metod do najlepszych konkurentów;
- poszukiwanie wzorów postępowania przez uczenie się od innych i wykorzystanie tych wzorów²¹.

Przedmiotem porównań może być zarówno całe przedsiębiorstwo, jak i jego struktury, produkty, komponenty. Generalnie benchmarking jest pojęciem bardzo szerokim i umożliwia porównanie produktów, metod, usług, procesów. Benchmarking dzieli się na trzy główne typy²²:

- wewnętrzny,
- zorientowany na konkurencję,
- funkcjonalny.

Benchmarking wewnętrzny dotyczy porównywania w ramach przedsiębiorstwa. Wiąże się to z łatwym dostępem do informacji. Ten typ benchmarkingu jest stosowany w przedsiębiorstwach o znacznym stopniu zróżnicowania. Jego wadą może być zawężone pole widzenia oraz możliwość występowania uprzedzeń w firmie.

Benchmarking zorientowany na konkurencję cechuje się łatwością w porównywaniu produktów lub procesów konkurenta. Plusem jest również

²¹ Z. Martyniak, *Metody organizowania procesów pracy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1996, s. 303, 304.

²² K. Zimniewicz, *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009, s. 12.

uzyskanie znacznej ilości informacji o konkurujących przedsiębiorstwach w sektorze. Zagrożeniem dla tego typu porównań jest niebezpieczeństwo w postaci kopiowania praktyk stosowanych przez konkurenta w sektorze. Ten typ stosowany jest najczęściej przez małe i średnie przedsiębiorstwa.

Bechmarking funkcjonalny odnosi się do firm spoza sektora MSP. Zaletą tego typu porównań jest duża szansa na znalezienie innowacyjnych rozwiązań. Trudności w stosowaniu tego rodzaju benchmarkingu wynikają ze stosunkowo trudnej porównywalności oraz czasochłonnej analizy.

Benchmarking jak każda koncepcja posiada również wady. Najważniejszą z nich jest ograniczony dostęp do informacji o partnerze. Informacje uzyskiwane od konsultantów bądź z różnych czasopism, periodyków, literatury, nie są zazwyczaj dość szczegółowe i nie dotyczą tego, o co przedsiębiorstwu rzeczywiście chodzi. Istotne informacje można otrzymać zazwyczaj przy kontakcie bezpośrednim. Tu pojawia się kłopot. Przedsiębiorstwo zazwyczaj jest traktowane jako konkurent i w związku z tym ma ograniczony dostęp do informacji.

Inną barierą w stosowaniu benchmarkingu jest problem, trudność w wyborze optymalnego partnera. Nie ma idealnych wskaźników, które umożliwią wybór najlepszego partnera. Istnieje wiele czasopism, rankingów firm. Jednak dane te są relatywne²³. Podsumowując, benchmarking umożliwia przedsiębiorstwu zrobienie dużego kroku naprzód. Umożliwia osiągnięcie wzrostu przedsiębiorstwa na poziomie operacyjnym. Jednak nie należy stosować benchmarkingu na poziomie strategicznym. Prowadzi to do efektu wyrównania – produkty lub usługi stają się podobne. Rezultatem tego jest spadek zysków przedsiębiorstwa²⁴.

Znaczenie MSP w gospodarce

Sektor MSP często nazywany jest „paliwem do lokomotywy”, czyli do dużego przedsiębiorstwa. Małe i średnie przedsiębiorstwa nazywane są również siłą napędową gospodarki, ponieważ mają znaczący wpływ na ogólną sytuację ekonomiczno-gospodarczą kraju. Rzeczą niekwestionowaną jest olbrzymia rola, jaką spełnia sektor małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce polskiej. Firmy te wzmacniają konkurencję, pobudzają do wzrostu gospodarczego, mają duży wpływ na rozwój lokalny i regionalny oraz są ważnym elementem stabilnego systemu gospodarczego. Dodatkowo sektor MSP redukuje bezrobocie, które jest częstym źródłem problemów społecz-

²³ K. Zimniewicz, *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009, s. 20.

²⁴ G. Aniszewska, *Przegląd organizacji* 2000, nr 10, s. 40 i 41.

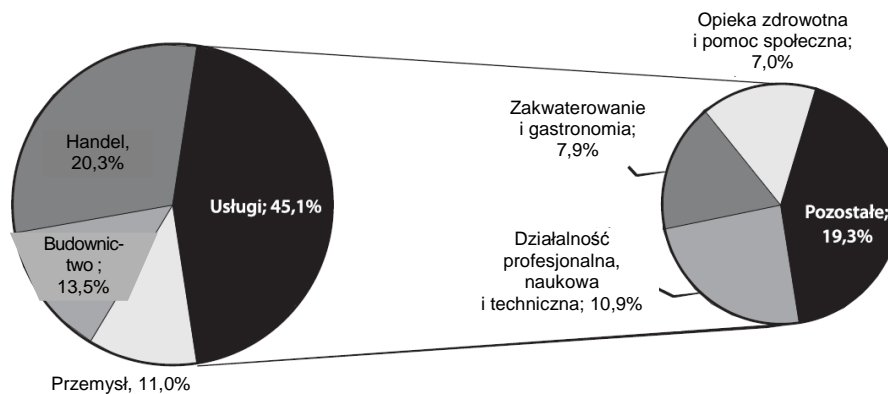
nych spowodowanych likwidacją bądź restrukturyzacją (masowe zwolnienie z pracy) przedsiębiorstw państwowych²⁵.

Małe i średnie przedsiębiorstwa są silnie powiązane z procesem rozwoju społeczno-gospodarczego regionu. Firmy należące do sektora MSP mają duży wpływ na rozwój gospodarczy Polski oraz w tym samym stopniu lub nawet większym przyczyniają się do rozwoju regionów, w których funkcjonują. Cechy, takie jak mała skala produkcji, mobilność i elastyczność działania, które są wyróżnikami małych i średnich przedsiębiorstw, pozwalają im skutecznie funkcjonować w regionach dzięki wykorzystaniu nisz rynkowych, nieefektywnych dla dużych firm. Małe firmy tworzą tańsze miejsca pracy, dzięki zastosowaniu mniej kapitałochłonnych technologii oraz redukują sobie koszty dzięki korzystaniu z lokalnych surowców (obniżają koszty transportu) oraz z lokalnej siły roboczej. W ten sposób małe i średnie firmy aktywizują lokalne rynki pracy. To wszystko jest efektem regionalnej decentralizacji działalności gospodarczej²⁶. Firmy z sektora MSP w znaczący sposób wyrównują dysproporcje regionalne, są źródłem dochodów władz lokalnych oraz lokalnych społeczności, a także aktywizują gospodarczo region. Małe i średnie firmy w regionie przede wszystkim podnoszą jego konkurencyjność i innowacyjność – zwłaszcza firmy proinnowacyjne (np. parki technologiczne, inkubatory przedsiębiorczości), a także firmy dostarczające części i podzespoły dla dużych przedsiębiorstw. Istotny wpływ na przestrzenne zróżnicowanie wielkości i tempa rozwoju małych i średnich firm mają czynniki, takie jak: wartość PKB per capita, chłonność rynku lokalnego, infrastruktura techniczna, poziom uprzemysłowienia i urbanizacji oraz dotychczasowe tradycje przedsiębiorczości. W celu zmniejszenia dysproporcji w rozwoju regionalnym, ośrodki decyzyjne różnych szczebli powinny wyrównywać szanse i warunki rozwojowe dla wszystkich jednostek badanego sektora.²⁷ Sektor małych i średnich przedsiębiorstw ma ogromny wpływ na rozwój regionów w podobny sposób jak na rozwój gospodarki w ujęciu krajowym. Firmy z sektora MSP mają duży wpływ na rozwój regionów opóźnionych gospodarczo, redukują bezrobocie, podnoszą standardy życia ludności lokalnej, zwiększają konkurencyjność regionów, a tym samym przyczyniają się do wzrostu i rozwoju gospodarczego każdego z nich. Strukturę pracujących w przedsiębiorstwach według sektora gospodarki przedstawia poniższy rysunek.

²⁵ R. Kośmider, *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju regionalnym*, Wydawnictwo Politechniki w Opolu i Wyższej Szkoły Ekonomii i Administracji w Bytomiu, Kraków 2000, s. 8.

²⁶ G. Sobczyk, *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, s. 33–34.

²⁷ G. Sobczyk, *Strategie...*, wyd. cyt., s. 34–37.



Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP, Warszawa 2011.

Rys. 2. Struktura MSP w Polsce według podstawowego obszaru działalności w roku 2009

Z informacji pokazanych na rysunku 2 wynika, że najczęściej małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonowało w sektorze usług (45,1%). W sektorze handlu pracowało 20,3%, w budownictwie około 13,5%, a w przemyśle – 11% małych i średnich przedsiębiorstw. Najbardziej powszechnymi usługami świadczonymi przez małe i średnie przedsiębiorstwa z sektora usług były: działalność profesjonalna i techniczna – prawie 11%, zakwaterowanie i gastronomia – 7,9% oraz usługi związane z opieką zdrowotną i pomocą społeczną – 7%. 19,3% jest sumą przedsiębiorstw MSP z sektora usług, które świadczą usługi inne niż wymienione powyżej.

Zakończenie

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, że wpływ małych i średnich przedsiębiorstw na gospodarkę Polski może mieć charakter lokalny (regionalny), ale również krajowy. Gwałtowny rozwój przedsiębiorczości występował podczas całego okresu zmian systemowych w polskiej gospodarce. Skutkiem tego był szybki wzrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw, które od początku zaczęły odgrywać znaczącą rolę w gospodarce, wchłaniając nadmiar siły roboczej. Sektor MSP daje szansę na samozatrudnienie bądź zatrudnienie m.in. pracownikom o niskich kwalifikacjach, którzy są w znacznym stopniu zagrożeni bezrobociem długookresowym oraz wykluczeniem społecznym spowodowanym brakiem pracy. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw pomaga łagodzić napięcia społeczne

(dając pracę) oraz zmienia (poprawia) status społeczny ludzi przedsiębiorczych. Z powyższych rozważań oraz z analizy rynku wynika, że małe i średnie przedsiębiorstwa są głównymi podmiotami dającymi zatrudnienie. Według prognoz taka sytuacja utrzyma się również w przyszłości. Właśnie dlatego państwo powinno pomagać w rozwoju małym i średnim przedsiębiorstwom, ponieważ tylko one są w stanie trwale ograniczyć liczbę osób pozostających bez pracy. Korzyści płynące z rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw mają charakter wielowątkowy, a mianowicie:

1. W ciągu ostatnich kilku lat zatrudnienie w sektorze MSP znalazło około 67% niezatrudnionych.

2. MSP mają duży wkład w powstawanie nowych miejsc pracy i są w stanie zapewnić ich utrzymanie w większym stopniu niż duże firmy.

3. Koszt jednego miejsca pracy w omawianym sektorze jest mniejszy niż w dużej firmie.

4. Samozatrudnienie w sektorze MSP jest znaczącym źródłem nowych miejsc pracy.

5. W sektorze MSP mogą znaleźć zatrudnienie zarówno pracownicy wykwalifikowani, jak i niewykwalifikowani²⁸.

Sektor MSP posiada znaczący potencjał w tworzeniu nowych miejsc pracy. Potencjał ten wynika z pracochłonności dziedzin gospodarki, w których dokonywane są inwestycje małych i średnich przedsiębiorstw. Dużą rolę sektora MSP w gospodarce zauważają zarówno politycy, jak i ekonomiści. Potwierdzeniem tego niech będą słowa T. Blaira i G. Schrödera, którzy stwierdzili, że: „kryje się w nich największy potencjał rozwoju i wzrostu zatrudnienia w opartym na wiedzy i kwalifikacjach społeczeństwie przyszłości”²⁹.

SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN POLISH ECONOMY

Abstract: The Small and Medium Enterprises' (SME) sector is a part of economy which develops dynamically. SMEs make up a fundamental element of Polish economy and enable its fast development. The SME sector and its role in economy are often defined as “economy’s driving force” or “the salt of market economy”. Highly developed countries where economy based on SMEs decides on the level of their development confirm these terms. The SME sector makes a unique group of enterprises.

²⁸ K. Safin, *Zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Lanego we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 49–51.

²⁹ T. Blair i G. Schröder, [w:] T. Piałucha, *Wspieranie działalności małych i średnich przedsiębiorstw. Specyficzne aspekty zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami*, Wydawnictwo Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2004, s. 44.