

Szanse i zagrożenia sektora małych i średnich przedsiębiorstw wobec przystąpienia Polski do Unii Europejskiej

Wprowadzenie

Integracja z Unią Europejską wprowadziła wiele zmian w dotychczasowych warunkach działania przedsiębiorstw [Karpieńska-Mizelińska 2003]. Musiały one dostosować się do obowiązujących w UE norm i standardów nie tylko w celu eksportu swoich produktów na tenże rynek, ale także dla zapewnienia sobie możliwości sprzedaży na rynku polskim, który stał się częścią rynku europejskiego. Sytuacja ta wymusiła na podmiotach gospodarczych uruchomienie procesów adaptacyjnych do nowych warunków działania, a w konsekwencji ich restrukturyzację. Doświadczenia krajów, które weszły w skład Unii Europejskiej wskazują jednak, że integracja wiąże się z ponoszeniem przez podmioty gospodarcze znacznych kosztów, co w konsekwencji może się przyczyniać do osłabienia ich konkurencyjności. Dotyczy to zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw. Przedstawiona sytuacja jest godna zainteresowania ze względu na fakt, że Polska jest członkiem Unii Europejskiej od maja 2004 roku, a polskie przedsiębiorstwa stały się pełnoprawnymi podmiotami tego rynku [Kowol 2002]. Oznacza to konieczność znajomości i stosowania przepisów obowiązujących w całej Wspólnocie. Biorąc pod uwagę specyficzne cechy firm należących do sektora MSP oraz jego zdolność do generowania nowych miejsc pracy, można stwierdzić, że sektor ten odgrywa kluczową rolę w rozwoju gospodarczym Unii Europejskiej.

Małe i średnie przedsiębiorstwa, które stanowią podstawę gospodarki, są szczególnie narażone na liczne zmiany w otoczeniu biznesu, które wynikają z restrukturyzacji gospodarki i akcesji do UE¹. Musiały zostać uwzględnione ich specyficzne potrzeby. Dlatego też zarówno państwa kandydujące, jak i Unia

¹ „Rozszerzenie Unii Europejskiej. Czego mogą oczekiwać przedsiębiorstwa z nowych państw członkowskich? Pytania i odpowiedzi” Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna do Spraw Przedsiębiorczości, maj 2003, s. 5–15.

Europejska wprowadziły instrumenty mające na celu usprawnienie tego okresu przejściowego. Przyznana im pomoc jest przeznaczona na ożywienie współpracy gospodarczej, wdrażanie ustawodawstwa unijnego oraz wzmocnienie infrastruktury handlowej i instytucji wspierających przedsiębiorczość w nowych krajach członkowskich².

Zewnętrzne uwarunkowania przedsiębiorczości

Przedsiębiorstwo może się rozwijać w określonych warunkach. Można wyróżnić cztery główne rodzaje otoczenia: otoczenie ekonomiczne, polityczne, techniczne i społeczne (tab. 1).

Tabela 1
Rodzaje otoczenia sektora MSP

| Rodzaj otoczenia | Elementy składowe |
|-----------------------|---|
| Otoczenie ekonomiczne | Popyt globalny, podział dochodu narodowego, system funkcjonowania gospodarki narodowej, stopa inflacji, poziom bezrobocia |
| Otoczenie polityczne | Monopole i praktyki restrykcyjne, rozmieszczenie przemysłu, prawna ochrona konsumenta |
| Otoczenie techniczne | Odkrycia naukowe, nowe technologie |
| Otoczenie społeczne | Rozmiary populacji, struktura wieku, wykształcenie |

Źródło: J. Lichtarski: „Podstawy nauki o przedsiębiorstwie”, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 184.

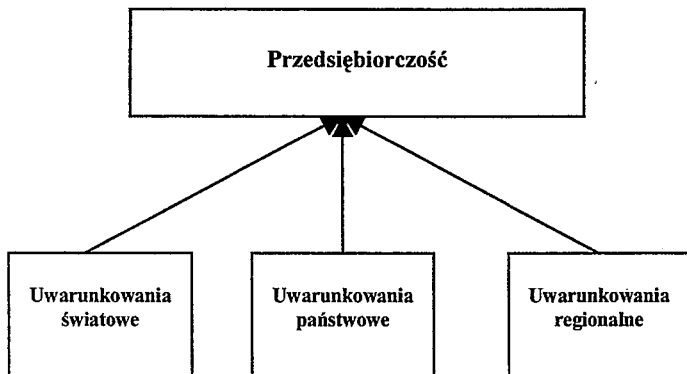
Otoczenie stanowi warunki zewnętrzne istnienia i rozwoju przedsiębiorstw. Klasyfikację uwarunkowań zewnętrznych można przeprowadzić uwzględniając trzy poziomy [Kwarciańska 2004]:

- 1) poziom świata:
 - uwarunkowania związane z integracją oraz globalizacją,
 - uwarunkowania wynikające z sytuacji międzynarodowej, np. umowy międzynarodowe, światowy cykl koniunkturalny;
- 2) poziom państwa:
 - uwarunkowania prawne,
 - uwarunkowania ekonomiczne (polityka fiskalna i monetarna),
 - uwarunkowania społeczne (system wartości),
 - uwarunkowania pozostałe (kulturowe, demograficzne);

²The Commission Staff Working Document on the Impact of Enlargement on Industry, SEC (2003) 234.

3) poziom regionu:

- uwarunkowania związane z działalnością władz lokalnych (podatki i opłaty, polityka rozwoju regionu – por. rys. 1).

**Rysunek 1**

Wpływ uwarunkowań zewnętrznych na przedsiębiorczość

Źródło: A. Kwarciańska: „Uwarunkowania zewnętrzne jako szansa rozwoju przedsiębiorczości”. W: „Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego” pod red. J. Brdulaka i M. Kulikowskiego, Warszawa 2004, s. 18.

Uwarunkowania zewnętrzne tworzą złożony obraz otoczenia, w którym egzystuje przedsiębiorca i przedsiębiorstwo. Mogą one w znacznym stopniu decydować o rozwoju przedsiębiorczości. Ich korzystny układ może dynamizować przedsiębiorczość, stanowić szanse jej rozwoju, a także ułatwić rozwój i ekspansję na nowych rynkach.

Charakterystyka sektora MSP w Polsce

W latach 1990–2000 w Polsce powstało ponad 2,8 mln małych i średnich przedsiębiorstw [Grudzewski, Hejduk 2001]. W 2004 roku sektor MSP ocenia się na ok. 3,2 mln zarejestrowanych podmiotów gospodarczych, z czego ponad 1,8 mln to firmy aktywne, wytwarzające prawie połowę (49,9%) polskiego PKB. W sektorze tym znajduje zatrudnienie ok. 10,8 mln osób. MSP są integralnie związane z gospodarką lokalną, pobudzają i wykorzystują przedsiębiorczość mieszkańców i aktywność miejscowych władz, przyczyniając się do rozwoju gospodarczego terenu, na którym działają [Bombol, Dąbrowska, Janoś-Kresło 2003].

Tabela 2

Liczba przedsiębiorstw w Polsce według REGON w latach 1991–2003

| Lata | Przedsiębiorstwa ogółem | Podział przedsiębiorstw pod względem liczby zatrudnionych osób | | | |
|------|-------------------------|--|-------------|-----------|--------|
| | | MSP | 0–5 (mikro) | 0–50 | 51–250 |
| 1991 | 502 275 | 494 211 | 375 560 | 496 436 | 24 775 |
| 1993 | 1 988 079 | 1 980 705 | 1 812 347 | 1 957 209 | 23 496 |
| 1994 | 2 099 577 | 2 093 148 | 1 921 151 | 2 069 930 | 23 218 |
| 1995 | 2 301 972 | 2 294 665 | 2 109 589 | 2 270 191 | 24 474 |
| 1996 | 2 379 949 | 2 373 484 | 2 191 892 | 2 349 422 | 24 062 |
| 1997 | 2 552 649 | 2 546 405 | 2 359 624 | 2 251 802 | 24 603 |
| 1998 | 2 792 697 | 2 786 462 | 2 591 499 | 2 761 010 | 25 452 |
| Lata | Przedsiębiorstwa ogółem | MSP | 0–5 (mikro) | 0–49 | 50–249 |
| 1999 | 3 013 876 | 3 007 444 | 2 865 517 | 2 978 574 | 28 870 |
| 2000 | 3 182 577 | 3 176 161 | 3 029 859 | 3 147 059 | 29 102 |
| 2001 | 3 374 956 | 3 368 366 | 3 206 452 | 3 337 557 | 30 809 |
| 2002 | 3 468 218 | 3 462 775 | 3 602 411 | 3 462 775 | 28 884 |
| 2003 | 3 518 372 | 3 513 221 | 3 350 350 | 3 484 758 | 28 463 |

Źródło: K. Wach, G. Wielgus: „Tendencje rozwojowe sektora małych i średnich przedsiębiorstw Polsce w latach 1991–2003”. W: „Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego” pod red. J. Brdulaka i M. Kulikowskiego, Warszawa 2004, s. 70.

Tabela 3

Przedsiębiorstwa zarejestrowane i aktywne w Polsce w latach 1991–2003

| Lata | MSP zarejestrowane (wg REGON) | MSP aktywne (wg szacunków GUS) | Procentowy udział aktywnych MSP |
|------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| 1991 | 492 000 | b.d. | b.d. |
| 1993 | 1 980 700 | b.d. | b.d. |
| 1994 | 2 294 665 | 1 110 595 | 48,4% |
| 1995 | 2 093 148 | 1 136 808 | 54,3% |
| 1996 | 2 373 484 | 1 340 269 | 56,5% |
| 1997 | 2 546 405 | 1 580 187 | 62,1% |
| 1998 | 2 786 462 | 1 722 616 | 61,8% |
| 1999 | 3 007 444 | 1 816 016 | 60,4% |
| 2000 | 3 176 161 | 1 763 002 | 55,5% |
| 2001 | 3 368 366 | 1 654 822 | 49,1% |
| 2002 | 3 462 775 | b.d. | b.d. |
| 2003 | 3 513 221 | b.d. | b.d. |

Źródło: jak w tabeli 2.

Oszacowanie rzeczywistej liczby małych i średnich przedsiębiorstw jest trudne. Rejestr REGON służy wprawdzie do ewidencji przedsiębiorstw działających w Polsce, jednakże ukazuje on jedynie liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych, a nie faktycznie działających, czyli aktywnych. Wynika to m.in. z faktu, że nieterminowo jest zgłaszane zaprzestanie aktywności gospodarczej przez przedsiębiorców, zwłaszcza tych drobnych.

Warto zauważyć, że liczba aktywnych MSP maleje od 1999 roku, przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw rejestrowanych (tab. 3).

Czynniki mające wpływ na rozwój MSP

Analizując zachowanie małych i średnich przedsiębiorstw, nie można dokonywać ich oceny na podstawie kryteriów przyjętych dla dużych organizacji. Na ich działalność mają wpływ inne czynniki. Istotną rolę odgrywa osoba właściciela, który najczęściej jest także menedżerem odpowiedzialnym za zarządzanie firmą. Przedsiębiorca to kluczowa postać w przedsiębiorstwie, jest on głównym czynnikiem sprawczym i motorem postępu ekonomicznego [Sudoł 2002]. Analizując zachowania marketingowe małych i średnich firm, można powiedzieć, że na ich rozwój mają wpływ czynniki związane z osobą właściciela, tj.: wiek, wykształcenie, poprzednie miejsce pracy i zatrudnienie, ogólna filozofia biznesu, zarządzanie czasem. Te czynniki tworzą obraz przedsiębiorcy małej firmy.

Szanse i zagrożenia na rynku Unii Europejskiej

W celu sprawdzenia, jak polscy przedsiębiorcy postrzegają korzyści i zagrożenia funkcjonowania na rynku europejskim, zostały przeprowadzone badania³. W. Karpińska-Mizielińska i T. Smuga zebrali informacje o 267 przedsiębiorstwach, wyniki ich badań zostały opublikowane w „Gospodarce Narodowej” nr 11-12/2003. Badania zostały przeprowadzone w dwóch grupach przedsiębiorstw: eksporterów oraz celowo dobranych przedsiębiorstw z dwóch województw o zróżnicowanym poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego (pomorskie i podlaskie). Wypowiadając się na temat funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku europejskim, respondenci wskazywali zarówno szanse, jak i zagrożenia. Wypowiedzi na ten temat cechowało znaczne rozproszenie (tab. 4).

³W. Karpińska-Mizielińska W., Smuga T., Bariery funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na jednolitym rynku europejskim w ocenie przedsiębiorców, Gospodarka Narodowa nr 11-12/2003, s. 85.

Tabela 4
Szanse i zagrożenia funkcjonowania MSP na rynku europejskim

| Kategorie odpowiedzi | Ogółem | | Ekspor- terzy | Regiony | Małe | Średnie |
|---|--------|------|------------------|---------|------|---------|
| | liczba | % | | | | |
| SZANSE | | | | | | |
| Zwiększenie rynku zbytu | 95 | 35,6 | 35,2 | 37,3 | 35,9 | 35,2 |
| Nowe możliwości uzyskania pomocy finansowej | 89 | 33,3 | 32,9 | 35,3 | 31,7 | 35,2 |
| Zwiększenie możliwości kooperacyjnych | 79 | 29,6 | 32,9 | 15,7 | 26,0 | 33,6 |
| Stabilizacja warunków działania | 60 | 22,5 | 24,5 | 7,8 | 19,7 | 25,6 |
| Zwiększenie dostępu do nowych technologii | 51 | 19,1 | 16,7 | 29,4 | 17,6 | 20,8 |
| Zwiększenie możliwości pozyskania kapitału | 37 | 13,8 | 14,4 | 11,8 | 12,7 | 15,2 |
| Wzrost eksportu | 36 | 13,5 | 15,3 | 5,9 | 14,1 | 12,8 |
| Wzrost popytu na wyroby | 32 | 12,0 | 11,1 | 15,7 | 12,7 | 11,2 |
| Zniesienie barier dostępu do rynków zagranicznych | 30 | 11,2 | 12,0 | 13,7 | 9,9 | 12,8 |
| Zmniejszenie obciążeń podatkowych | 26 | 9,7 | 10,2 | 7,8 | 12,0 | 7,2 |
| Uzyskanie certyfikatów na rynku UE | 25 | 9,4 | 8,9 | 7,8 | 9,2 | 9,6 |
| Zwiększenie możliwości wyboru dostawców | 25 | 9,4 | 9,7 | 3,9 | 9,2 | 9,6 |
| Poprawa sytuacji finansowej | 24 | 9,0 | 6,5 | 19,6 | 11,3 | 5,6 |
| Razem przedsiębiorstwa* | 267 | – | 216 | 51 | 142 | 125 |
| ZAGROŻENIA | | | | | | |
| Wzrost konkurencji na rynku | 181 | 67,8 | 63,0 | 88,2 | 67,6 | 68,0 |
| Wzrost biurokracji | 91 | 34,1 | 34,3 | 33,3 | 36,6 | 31,2 |
| Wzrost cen | 61 | 22,8 | 23,1 | 21,6 | 24,6 | 20,8 |
| Wzrost importu | 60 | 22,5 | 22,7 | 21,6 | 21,8 | 23,2 |
| Wzrost kosztów produkcji | 56 | 21,0 | 25,0 | 3,9 | 18,3 | 24,0 |
| Odływ najlepszych fachowców do UE | 48 | 18,0 | 17,6 | 19,6 | 18,3 | 17,6 |
| Obowiązywanie tych samych zasad działania co przedsiębiorców w UE | 30 | 11,2 | 11,6 | 9,8 | 10,6 | 12,0 |
| Wzrost świadczeń socjalnych | 20 | 7,5 | 6,5 | 11,8 | 8,5 | 6,4 |
| Działalność przedsiębiorstwa może stać się nieopłacalna | 19 | 7,1 | 6,9 | 5,9 | 7,7 | 5,6 |
| Razem przedsiębiorstwa* | 267 | – | 216 | 51 | 142 | 125 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Karpińska-Mizielińska W., Smuga T.: „Barierzy funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na jednolitym rynku europejskim w ocenie przedsiębiorców”, *Gospodarka Narodowa* nr 11–12/2003, s. 83–85.

*Dane przedstawione w tabeli nie sumują się do 100%, gdyż respondenci odpowiadający na pytania w ankiecie mieli możliwość wyboru więcej niż jednej kategorii odpowiedzi.

Analiza informacji zaprezentowanych w tabeli 4 pokazuje, że we wszystkich badanych grupach podmiotów wśród szans najczęściej wymieniano: zwiększenie rynku zbytu (35,6% badanych), nowe możliwości uzyskania pomocy finansowej (33,3%), większe możliwości kooperacyjne (29,6%), stabilizację warunków działania (22,5%) oraz większe możliwości pozyskania kapitału (19,1%). W próbie regionalnej znaczący był udział respondentów wskazujących na większy dostęp do nowych technologii (29,4%).

Analizując zagrożenia można zauważyć, że respondenci byli bardziej jednomyślni. Na najważniejsze z wymienianych zagrożeń wskazywało blisko dwukrotnie więcej respondentów niż na pierwszą na liście korzyść (tab. 4). Najbardziej obawiano się wzrostu konkurencji na rynku (67,8% badanych), a szczególnie silnie obawy te ujawniły się w badaniu regionalnym (88,2%). Częstotliwość wskazań na tę kategorię była wielokrotnie wyższa niż na inne kategorie odpowiedzi. W grupie badanych zagrożeń jako istotne okazały się również: wzrost biurokracji (34,1%), wzrost cen kosztów produkcji (22,8%), nadmierny napływ towarów z importu (22,5%), a także odpływ najlepszych fachowców do krajów UE (18,0%). Analiza wypowiedzi badanych wskazuje, że przedsiębiorcy nie mieli jednak spójnego uporządkowanego obrazu zagrożeń dla przedsiębiorstw wynikających z otwarcia rynku.

Integracja z UE dla polskich przedsiębiorców oznacza przede wszystkim [Grudzewski, Hejduk 2001]:

- zniesienie barier celnych, a co za tym idzie – postawienie firm wobec konkurencji z dynamicznymi i silnymi europejskimi potentatami,
- zmuszenie przedsiębiorstw do zastosowania elementów euromarketingu w celu utrzymania lub poszerzenia swojej pozycji rynkowej,
- wyzwanie i walkę polskich firm z koncernami i firmami zarówno na dotychczasowym rynku wewnętrznym, jak i na pozostałych rynkach UE,
- wprowadzenie euroorientacji firmy.

Większość polskich przedsiębiorców jest zadowolona z przystąpienia Polski do UE. W coraz większym stopniu prowadzą oni działalność w krajach tworzących europejski rynek wewnętrzny. Niepokojącym i złym symptomem jest to, że pewna część firm nie prowadzi żadnej działalności zagranicznej, ogranicza się tylko do rynku wewnętrznego. Trzeba stwierdzić, że takie przedsiębiorstwa mają małe szanse na wybitcie się i stworzenie silnej pozycji konkurencyjnej w przyszłości i skazane są na bankructwo. Jedynie elastyczne firmy, reagujące cały czas na rynek, a zwłaszcza na eurorynek, mają szanse nie tylko na przetrwanie, ale także na zaistnienie w innych krajach UE.

Można zadać pytanie: jakiego rodzaju działania powinny podjąć przedsiębiorstwa, by zminimalizować ryzyko niepowodzenia na rynku europejskim? Odpowiedzią na to pytanie jest tabela 5, w której zostały przedstawione wyniki badań dotyczących tego właśnie problemu [Karpieńska-Mizielnińska, Smuga 2003]⁴.

Tabela 5

Działania podejmowane w celu minimalizacji zagrożeń MSP na rynku europejskim

| Kategorie odpowiedzi | Ogółem | | Ekspor- terzy | Regiony | Małe | Średnie |
|---|--------|------|------------------|---------|------|---------|
| | liczba | % | | | | |
| Poprawa jakości wyrobów | 83 | 31,1 | 33,3 | 21,6 | 26,8 | 36,0 |
| Obniżenie kosztów działalności | 77 | 28,8 | 29,2 | 27,5 | 26,8 | 31,3 |
| Wprowadzenie nowego produktu | 75 | 28,1 | 31,9 | 11,8 | 25,4 | 31,2 |
| Starania o certyfikaty, normy i standardy UE | 64 | 24,0 | 28,2 | 5,9 | 14,9 | 34,4 |
| Modernizacja majątku | 55 | 20,6 | 21,3 | 17,6 | 20,4 | 20,8 |
| Nawiązanie kontaktów z partnerami zagranicznymi | 51 | 19,1 | 22,7 | 3,9 | 16,2 | 22,4 |
| Wykorzystanie Internetu | 37 | 13,9 | 15,7 | 5,9 | 12,7 | 15,2 |
| Usprawnienie zarządzania | 31 | 11,6 | 11,1 | 13,7 | 9,9 | 13,6 |
| Uruchomienie nowej działalności | 23 | 8,7 | 8,3 | 9,8 | 12,0 | 4,6 |
| Obniżka cen na produkowane wyroby | 19 | 7,1 | 6,9 | 7,8 | 6,3 | 8,0 |
| Komputeryzacja przedsiębiorstwa | 19 | 7,1 | 6,0 | 11,8 | 5,6 | 8,8 |
| Zmiany w strukturze organizacyjnej | 19 | 7,1 | 6,9 | 7,8 | 5,6 | 8,8 |
| Razem przedsiębiorstwa | 216 | - | 216 | 51 | 142 | 125 |

Źródło: jak w tabeli 4.

⁴W. Karpieńska-Mizielnińska, T. Smuga: „Bariery funkcjonowania...”, op. cit., s. 84–85.

Można zauważyć, że wśród najczęstszych inicjatyw podejmowanych przez badanych przedsiębiorców znalazły się takie, których efektem może być wzmocnienie pozycji przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym, czyli: poprawa jakości wyrobów (31,1% badanych), wprowadzenie nowego produktu (28,1%), obniżenie kosztów działalności (28,8%), modernizacja majątku (20,6%). Istotne również było spełnienie norm i standardów UE (24,0%), uzyskanie niezbędnych w tym celu certyfikatów oraz nawiązanie kontaktów z partnerami zagranicznymi (19,1%). Zarówno lista tych działań, jak i hierarchia w przedsiębiorstwach małych i średnich były zbliżone, z tym jednak, że przedsiębiorcy średni częściej podejmowali starania o certyfikaty – różnica o blisko 20 punktów proc. W próbie regionalnej istotne znaczenie miały również usprawnienie zarządzania (ok. 14% wypowiedzi) oraz komputeryzacja (12%). Najrzadziej natomiast wymieniane przez respondentów inicjatywy (poniżej 2% wskazań) to: wykorzystanie wyników prac badawczo-rozwojowych, pozyskanie zagranicznego inwestora, utworzenie przedstawicielstwa za granicą oraz restrukturyzacja finansowa przedsiębiorstwa.

Integracja z Unią Europejską oraz liberalizacja wymiany handlowej z zagranicą spowodowały konieczność szybkiej poprawy kondycji oraz konkurencyjności polskich przedsiębiorstw. Aby osiągnąć wyższy poziom zdolności konkurencyjności oraz pełnić funkcję aktywizującą wzrost gospodarczy i czynnik ograniczający bezrobocie, polski sektor MSP wymaga odpowiednich nakładów inwestycyjnych.

Przedsiębiorcy wskazali również czynniki, które powinny być spełnione, aby polskie przedsiębiorstwa mogły odnieść sukcesy na rynkach zagranicznych [Karpińska-Mizielnińska, Smuga 2003]. Odpowiedzi badanych prezentuje tabela 6⁵.

Wymieniane przez badanych przedsiębiorców czynniki zapewniające sukces na rynku europejskim były znacznie rozproszone. Znalazły się wśród nich zarówno przedsięwzięcia o charakterze mikroekonomicznym (obniżenie kosztów produkcji i pracy, powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym, szeroka promocja i reklama, szybkie reagowanie na zmieniającą się sytuację na rynku, wdrożenie innowacji produktowych, wysoka jakość wyrobów), jak i makroekonomicznym (dostęp do środków pomocy publicznej, zwiększenie dostępu do kredytów, osłabienie kursu złotego).

Można zauważyć, że zmiennym mikroekonomicznym przypisywano rolę decydującą. Wskazania na poszczególne kategorie odpowiedzi znacznie różnicowały wielkość przedsiębiorstwa – dla podmiotów średnich większe znaczenie miały powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym (36%), spełnienie

⁵W. Karpińska-Mizielnińska, T. Smuga: „Bariery funkcjonowania...”, op. cit., s. 86–87.

Tabela 6

Czynniki zapewniające sukces przedsiębiorstwa na rynku europejskim

| Kategorie odpowiedzi | Ogółem | | Eksporterzy | Regiony | Małe | Średnie |
|---|--------|------|-------------|---------|------|---------|
| | liczba | % | | | | |
| Obniżenie kosztów produkcji i pracy | 88 | 33,0 | 34,3 | 27,5 | 28,2 | 38,4 |
| Powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym | 86 | 32,2 | 32,9 | 29,4 | 28,9 | 36,0 |
| Dostęp do środków w ramach pomocy państwa | 73 | 27,3 | 29,2 | 15,7 | 29,6 | 24,8 |
| Szeroka promocja i reklama | 54 | 20,2 | 21,8 | 5,9 | 21,8 | 18,4 |
| Szybkie reagowanie na zmieniającą się sytuację na rynku | 50 | 18,7 | 18,5 | 19,6 | 20,4 | 16,8 |
| Spełnienie norm i standardów UE | 47 | 17,6 | 18,1 | 7,8 | 12,7 | 23,2 |
| Wdrożenie innowacji produktowych | 46 | 17,2 | 18,5 | 11,8 | 16,2 | 18,4 |
| Zwiększenie dostępu do kredytów | 44 | 16,5 | 17,1 | 13,7 | 21,1 | 11,2 |
| Wysoka jakość wyrobów | 41 | 15,4 | 18,0 | 5,9 | 15,5 | 15,2 |
| Aktywne konkurowanie na rynkach zagranicznych | 32 | 12,0 | 11,6 | 13,7 | 14,1 | 9,6 |
| Elastyczne zarządzanie | 26 | 9,7 | 7,9 | 17,6 | 13,4 | 5,6 |
| Większy dostęp do nowoczesnych technologii | 25 | 9,4 | 9,7 | 7,8 | 7,7 | 11,2 |
| Oslabienie kursu złotego | 24 | 9,0 | 9,3 | - | 9,2 | 8,8 |
| Szerszy dostęp do informacji | 22 | 8,2 | 8,3 | 9,8 | 9,2 | 7,2 |
| Razem przedsiębiorstwa | 267 | - | 102 | 51 | 142 | 125 |

Źródło: jak w tabeli 4.

norm i standardów UE (23,2%) oraz obniżenie kosztów produkcji i pracy (38,4%), natomiast dla małych dostęp do środków pomocy państwa (29,6%), wysoka jakość wyrobów (15,5%) oraz szeroka promocja i reklama (21,8%).

Rozwój przedsiębiorczości w Polsce napotyka na swojej drodze wiele barier [Hybel 2003]. Do najważniejszych z nich można zaliczyć: bariery finansowe, rynkowe, prawne, polityczne instytucjonalne oraz społeczne. Bariera finansowa polega na szczupłości własnych zasobów finansowych i trudności w pozyskaniu środków finansowych z zewnątrz. Bariery rynkowe są związane z wahaniami koniunktury gospodarczej, które wyrażają się spadkiem dochodów realnych ludności, obniżeniem rentowności przedsiębiorstw oraz zmniejszeniem tempa wzrostu inwestycji.

Podsumowanie

Rozszerzenie UE oznacza nowe warunki działalności przedsiębiorstw [Grudzewski, Miązek, Skrobisz 2001]. Po zniesieniu barier polskie firmy uzyskały dostęp do rynku UE, ale pociągnęło to też za sobą pewne konsekwencje. Dla jednych pojawiły się ogromne szanse, dla innych zagrożenia. Nie wszystkie przedsiębiorstwa odczuły zmiany jednakowo. Jedno jest pewne – polskie firmy muszą stać się konkurencyjne dla przedsiębiorstw unijnych. Przedsiębiorcy polscy poruszają się teraz po skomplikowanym prawodawstwie unijnym, wielu nowych przepisach. Trzeba zdobywać nowe, mocno nasycone już rynki zbytu oraz konkurować z przedsiębiorstwami zamożniejszymi i mającymi większe doświadczenie w operowaniu na wspólnym, europejskim rynku.

Przytoczone wyniki badań potwierdziły⁶, że w opinii przedsiębiorców z sektora MSP integracja z UE przyniosła korzyści (zniesienie barier i ograniczeń), ale i zagrożenia. Szanse pojawiły się przede wszystkim dla podmiotów aktywnych, dla których likwidacja granic otworzyła nowe możliwości ekspansji – zwiększenie rynku zbytu, zwiększenie dostępu do nowych technologii, zwiększenie możliwości pozyskania kapitału. Przedsiębiorcy powinni wykorzystać możliwości nowych rynków i zdobyć na nich bazę podstawowych klientów. Jednak, aby ich utrzymać, przedsiębiorcy muszą zapewnić im jakość, niezawodność i obsługę na poziomie co najmniej równym ofercie konkurencji – w przeciwnym wypadku trudno będzie im się długo utrzymać na rynku pełnym ostrej konkurencji.

Integracja z Unią Europejską zwiększyła mobilność siły roboczej, co ułatwia wymianę pracowników. Aby obawy przedsiębiorców, że najlepsi fachowcy odpłyną do krajów Unii nie potwierdziły się, należy inwestować we własnych pracowników. Na zatrzymanie dobrych pracowników duży wpływ mają

⁶Ibidem.

nie tylko płace i świadczenia, ale ważne są też czynniki niematerialne, takie jak szkolenia, dowody uznania i zakres odpowiedzialności.

Z przytoczonych badań wynika, że polscy przedsiębiorcy duże szanse widzą także w większym dostępie do nowych technologii. Inwestycje w technologie są jak najbardziej wskazane, jednak powinny być one przeprowadzone rozsądnie. Systemy zarządzania kontaktami z klientem, systemy zarządzania sprzedażą i inne systemy informatyczne mogą przynieść korzyści, ale tylko pod warunkiem, że zostaną efektywnie wykorzystane. Nie należy inwestować w informatykę, zaniedbując szkolenie personelu w zakresie jej użycia oraz zapominając o odpowiednim przystosowaniu procesów gospodarczych i struktury organizacyjnej.

Przedsiębiorcy powinni być również świadomi, że samo spełnienie wymagań unijnych nie oznacza gotowości do sprostania konkurencji na rynku UE. Należy stale aktualizować wiedzę o wymaganiach operacyjnych i warunkach działania.

Literatura

- BOMBOL M., DĄBROWSKA A., JANOŚ-KRESŁO M., *Możliwości rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – Sympozjum Kolegium Zarządzania i finansów SGH nt. „Ekonomiczne instrumenty ożywienia gospodarki w Polsce”*, 2003.
- GRUDZEWSKI W.M., HEJDUK I.K., *Konkurencyjność przedsiębiorstw z Europy Środkowej na rynku europejskim, Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 9/2001.
- GRUDZEWSKI W.M., MIAZEK P., SKROBISZ M., *Szanse i zagrożenia polskich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”*, 4/2001.
- HYBEL J., *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju rynku pracy w Polsce w perspektywie integracji z Unią Europejską*, Wydaw. SGGW, Warszawa 2003.
- KARPIŃSKA-MIZIELIŃSKA W., SMUGA T., *Bariera funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na jednolitym rynku europejskim w ocenie przedsiębiorców, Gospodarka Narodowa nr 11–12/2003*.
- KOWOL A., *Polityka Unii Europejskiej wobec małych i średnich przedsiębiorstw. Dotychczasowy rozwój i wyzwania na przyszłość*, 2002.
http://www.exporter.pl/linki/linkz_ue_msp.html
- KRAJEWSKI K., *Przedsiębiorczość w Polsce w perspektywie integracji z Unią Europejską, Decydent nr 6/34, 2002.06.19*.
- KWARCIŃSKA A., *Uwarunkowania zewnętrzne jako szansa rozwoju przedsiębiorczości. W: Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego pod red. J. Brdulaka i M. Kulikowskiego*, Warszawa 2004.
- LICHTARSKI J., *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Wydaw. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001.

Rozszerzenie Unii Europejskiej. Czego mogą oczekiwać przedsiębiorstwa z nowych państw członkowskich? Pytania i odpowiedzi, „Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna do Spraw Przedsiębiorczości”, maj 2003.

The Commission Staff Working Document on the Impact of Enlargement on Industry, SEC (2003).

SUDOŁ S., Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teoria i praktyka zarządzania, Toruń 2002, wyd. II.

WACH K., WIELGUS G., Tendencje rozwojowe sektora małych i średnich przedsiębiorstw Polsce w latach 1991–2003. W: „Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego” pod red. J. Brdulaka i M. Kulikowskiego, Warszawa 2004.

Chances and Threats of Small and Medium Enterprises Sector in Poland towards Joining European Union

Abstract

The process of integration with European Union means lots of changes in the functioning conditions of enterprises. They must adjust to norms and standards that are obligatory in EU. Polish market became a part of uniform European market. This situation forced economic entities to start adaptation processes to new conditions.

Small and medium enterprises, that are the basis of economy, are particularly sensitive for changes in business environment. Their special needs should be taken into consideration.

Majority of Polish entrepreneurs are satisfied with joining European Union. They lead business with countries that are members of EU.