

Krystyna SERAFIN¹

POLSKA W UE – BILANS SZANS I ZAGROŻEŃ DLA SEKTORA MAŁEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej niewątpliwie spowodowało w Polsce zaostrzenie konkurencji. Jednak obawy, że nasi producenci jej nie wytrzymają, były z pewnością nieuzasadnione. Polska jeszcze przed przystąpieniem do Unii zajmowała siódme miejsce na liście światowych dostawców towarów do krajów Unii. Nic też nie wskazywało na to, aby pozycja naszego kraju pogorszyła się po pełnym włączeniu go do jednolitego rynku UE. Przeciwnie, przystąpienie do Unii pod wieloma względami poprawiło pozycję naszych przedsiębiorców na unijnym rynku.

1. GOSPODARCZE ZNACZENIE SEKTORA MSP

Problematyka MSP i ich wpływ na funkcjonowanie zarówno gospodarek, jak i – szerzej – społeczeństw państw uprzemysłowionych jest zagadnieniem bardzo ważnym. Taką ocenę uzasadnia skala problemu, który dotyczy bezpośrednio większości pracujących, a jeśli wziąć pod uwagę ich rodziny – większości populacji rozwiniętych gospodarczo krajów świata².

Sektor MSP odgrywa istotną rolę w gospodarce. W większości krajów UE małe i średnie firmy są podstawą rozwoju gospodarczego i posiadają istotny wkład w rozwój zatrudnienia, prywatnej własności, przemysłu i nowych dziedzin produkcji. Również w Polsce od kilku lat zaczęto zwracać uwagę na sektor MSP, który obejmuje w naszej gospodarce przeszło 99% wszystkich prywatnych przedsiębiorstw i daje zatrudnienie 62,5% pracowników w skali całego kraju. Podejmowane przez państwo działania koncentrują się głównie na tworzeniu prawnych, administracyjnych i organizacyjnych warunków ich działalności, na procesach powoływania i rozwoju instytucji do spraw pomocy tym firmom. Wydaje się jednak, że pomoc ta, choć bardzo potrzebna sektorowi MSP, nie zawsze dociera do docelowych odbiorców ze względu na słabe zrozumienie specyfiki funkcjonowania tych firm³.

Odpowiedzi na pytanie o sens istnienia sektora MSP udzielił już wiele lat temu Joseph Schumpeter, gdy formułował swą znaną tezę kreatywnej destrukcji: „Capitalism, then, is by nature a form or method of economic change and not only never is but never can be stationary. [...] The fundamental impulse that sets and keeps the capitalist engine in motion comes from the new consumers, goods, the new methods of production or transportation, the new markets, the new forms of industrial organization that capitalist enterprise creates. [...] The opening up of new markets, foreign or domestic, and the organizational develop-

¹ Dr Krystyna Serafin, Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem, Wydział Zarządzania, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego w Katowicach.

² E. Odorzyńska, *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2000/6.

³ A. Sibińska, *Zachowania marketingowe małych i średnich firm*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2001/6.

ment [...] illustrate the same process of industrial mutation – if I may use that biological term – that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one. This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism”⁴. Tak więc kapitalizm nie mógłby istnieć bez ciągłego rodzenia się nowych firm na gruzach starych. Dzięki temu zdrowa gospodarka kapitalistyczna podlega wciąż reinkarnacji, jest w ciągłym procesie transformacji wiodącej ją na coraz wyższy poziom. Jednak proces upadania starych i rodzenia się nowych firm, a więc formowania się sektora MSP nie przebiega wszędzie jednakowo. Gospodarcze i społeczne funkcje pełnione przez małe i średnie przedsiębiorstwa zależą zarówno od osiągniętego już poziomu rozwoju gospodarczego, jak i od ustroju społeczno-politycznego. Nawet w krajach o podobnym poziomie gospodarki rola małych i średnich przedsiębiorstw jest inna, a stan rozwoju zróżnicowany. Odmienna jest bowiem polityka promocji tego sektora, kultura przedsiębiorcza i stosunek społeczeństwa do inicjowania i prowadzenia działalności firmy.

Również w Polsce ustrój nieprzychylny rozwojowi sektora MSP odchodzi szybko w zapomnienie. Rodzi się nowy, bardziej przyjazny mu system, dzięki czemu pozycja sektora MSP w Polsce z każdym rokiem jest większa i zajmuje należne miejsce w gospodarce rynkowej. Obok wielu funkcji pełnionych przez sektor MSP szczególne znaczenie ma stymulowanie wzrostu gospodarczego⁵.

O powodzeniu polskich podmiotów gospodarczych i właściwym wykorzystaniu zasobów ludzkich decyduje wiele czynników. Wśród nich znaczącą rolę odgrywa polityka (strategia) gospodarcza kraju. Niestety ostatnie lata transformacji dowiodły, że wzrost gospodarczy w warunkach polskich jest wzrostem bezzatrudnieniowym, a zatem nie daje szans na wykorzystanie zasobów ludzkich⁶. W obecnym okresie transformacji sektor MSP odgrywa jednak ważną rolę społeczną i polityczną. Polega ona nie tylko na uformowaniu klasy drobnych właścicieli (jednego z ważnych składników pluralizmu politycznego i budowy demokratycznych instytucji), lecz także w dużym stopniu na łagodzeniu napięć społecznych i redukcji wysokich społecznych kosztów procesu transformacji, mogących zagrozić kontynuowaniu rozpoczętych przemian. Cel ten realizowany jest zarówno przez pochłanianie pojawiających się w tym czasie nadwyżek siły roboczej, jak i przez kreowanie przedsiębiorczych postaw, wskazywanie szans i możliwości samozatrudnienia, a także osiągnięcia sukcesu i zmiany statusu społecznego.

Obok funkcji społecznych sektora MSP ważne są również jego funkcje gospodarcze, do których można zaliczyć:

- aktywny udział w procesie zmian w strukturze przemysłowej kraju (inicjowanie powstawania i rozwoju nowych dziedzin produkcji i nowych rodzajów usług);
- odgrywanie ważnej roli w formowaniu się prywatnej własności środków produkcji (przejęcie i produkcyjne zagospodarowanie części maszyn i wyposażenia prywatyzowanych wielkich państwowych przedsiębiorstw i wydzielenie z nich wielu mniejszych jednostek, co sprzyja dekoncentracji i demonopolizacji gospodarki kraju);
- wchłonięcie i zagospodarowanie znacznych zasobów siły roboczej, uwolnionej w wyniku racjonalizacji funkcjonowania sektora publicznego;

⁴ J. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper, New York 1975, s. 82.

⁵ B. Piasecki, *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa 1998, s. 76.

⁶ Z. Janowska, *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2002, s. 237.

- zbudowanie koniecznej dla efektywnego funkcjonowania całego systemu gospodarczego ekonomicznej infrastruktury, zwłaszcza rozwój kooperacji i systemu podwykonawstwa; wymuszenie w prawnych uregulowaniach zmian sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości i efektywności funkcjonowania małych podmiotów gospodarczych⁷.

W krajach europejskich szczególną uwagę zwraca się dzisiaj na obecność w strukturze gospodarczej dużej ilości małych i średnich przedsiębiorstw, które są bardzo dynamiczne i żywotne. Można by sądzić, że to fakt sprzeczny z tendencją do globalizacji rynku.

Jeszcze w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX w. w Europie i w Stanach Zjednoczonych królowały wielkie korporacje, a najbardziej rozpowszechnioną ideą było powiększanie lub łączenie przedsiębiorstw. Duże jednostki produkcyjne, dystrybucyjne, kredytowe musiały się łączyć, aby stawić czoła konkurencji międzynarodowej. Tak było w istocie w niektórych domenach gospodarki. Nie można nie zdawać sobie sprawy z korzyści, jakie przynosi skala produkcji lepiej dostosowana do stopnia konkurencji istniejącej w niektórych sektorach. Wiele fuzji, zjednoczeń przedsiębiorstw tłumaczy się koniecznością stawienia czoła konkurencji. Jednakże wzrost wielkości nie jest automatycznie gwarancją wzrostu wydajności pracy, rentowności i wzrostu konkurencyjności. Dlatego też już w latach siedemdziesiątych można było zauważyć odwrócenie tej tendencji i zmierzanie w kierunku stopniowego zwiększania roli małych firm w gospodarce. Bardzo szybko dało się zauważyć, że jeżeli nawet wielkość była korzyścią w niektórych sektorach, to nie oznaczało to wcale, że średnie i małe przedsiębiorstwa powinny przestać istnieć. Wręcz przeciwnie, dążyło się do powoływania do życia małych i średnich przedsiębiorstw, rozwijając nowoczesne techniki pozwalające na wzrost ich wydajności i ułatwiające warunki zarządzania. W Europie rosło przekonanie, że zarówno struktury narodowe, jak i regionalne zależą w znacznej mierze od małych i średnich przedsiębiorstw⁸. Jest wiele przyczyn zaistniałej sytuacji. Najważniejsze z nich to:

- zmiany techniki wytwarzania i usług,
- rozwój sektora usług,
- wzrost konkurencyjności Trzeciego Świata i spadek międzynarodowej konkurencyjności dużych firm,
- zmiany na rynkach czynników produkcji zwiększające dostęp małych firm zarówno do rynku pracy, jak i do kapitału,
- wzrost cen energii i spadek światowego popytu,
- efekt makroekonomiczny, którego źródłem są zmiany wywołane okresem gospodarczej recesji lub prosperity, powodujących różny skutek w różnych sektorach i przemysłach,
- czynniki polityczne, promocja kultury przedsiębiorczej i antyrządowe uprzedzenia,
- moda i zmiana gustów,
- zmiany w strategii dużych firm, przejawiające się przede wszystkim w mniej agresywnym inwestowaniu i procesach restrukturyzacji dużych przedsiębiorstw⁹.

Znaczenie małego biznesu nie podlega dyskusji, jednak warunkiem sukcesu całej nowoczesnej działalności jest akceptacja zdolności do zmian, które są nieuniknione w dzisiaj-

⁷ B. Piasecki, *Ekonomika...*

⁸ *Zarządzanie małą firmą*, red. H. Bieniok, Wydawnictwo AE, Katowice 1995, s. 20.

⁹ B. Piasecki, *Ekonomika...*, s. 77.

szej gospodarce. Obecnie w Polsce zarejestrowanych jest ponad trzy miliony przedsiębiorstw należących do sektora MSP. W przemyśle obok 1,6 tys. przedsiębiorstw państwowych działa ok. 32 tys. spółek i spółdzielni. W sektorze tym pracuje około siedmiu milionów osób, co stanowi ponad 60% wszystkich zatrudnionych w gospodarce. Większość prywatnych małych i średnich przedsiębiorstw działa zaledwie od kilku lat, głównie na rynkach lokalnych. Ich sytuacja ekonomiczna jest zróżnicowana. Większość ma trudności na skutek braku stabilizacji rynku, ograniczenia popytu krajowego, konkurencji tanich towarów zagranicznych, wzrostu kosztów produkcji, braku kapitału czy niestabilności polityki podatkowej. Problemy te oddziałują bezpośrednio na zakres i stopień wykorzystania potencjału strategicznego tych przedsiębiorstw¹⁰.

2. STRATEGIA MAŁEJ FIRMY A JEJ KONKURENCYJNOŚĆ

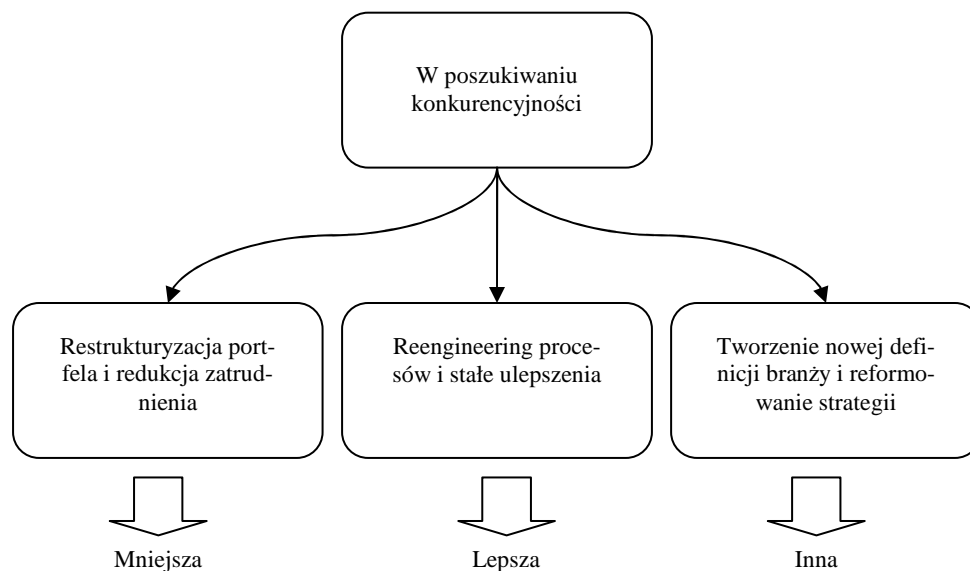
W dążeniu do uzyskania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwo powinno określić, czym będzie konkurencja, jakie są główne cele i strategie konkurentów, w czym leży ich siła i jaki jest ich wpływ na jego własną pozycję na rynku.

Szczególną uwagę firma powinna zwrócić na system marketingowy konkurentów, czyli sieć marketingu, zdolności sprzedawców, politykę serwisu i sprzedaży oraz reklamę. Aby zachować korzystną wobec konkurencji pozycję, przedsiębiorstwo powinno wybrać jedną z trzech możliwych do zastosowania strategii. Są to:

- strategia I polegająca na pozostaniu na dotychczasowym rynku i skoncentrowaniu się na utrwaleniu swojej w miarę dobrej pozycji oraz na budowie i umacnianiu przewagi konkurencyjnej (np. wysoka jakość produktu, konkurencyjny serwis);
- strategia II polegająca na podnoszeniu atrakcyjności rynkowej firmy lub produktu przy równoczesnym wzmacnianiu jej konkurencyjności przez koncentrowanie się na atrakcyjnych i przyszłościowych domenach lub produktach;
- strategia III polegająca na eliminacji ze swego rynku mało interesujących produktów, by zwolnione środki skoncentrować na obszarach lub produktach przyszłościowych i rozwojowych (zyskowych).

Firmy działające już na rynku, poszukując dla siebie właściwej domeny i wypracowując korzystniejszą pozycję, nie powinny tylko podążać za liderami. Muszą realizować szereg działań wewnętrznych powodujących, iż będą stawały się mniejsze, lepsze i szybsze w swym działaniu. Firma musi więc umieć stać się inną (rys. 1).

¹⁰ A. Grzecznowska, *Wzornictwo przemysłowe a konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2002/3.



Rys. 1. W poszukiwaniu konkurencyjności

Źródło: G. Hamel, C.K. Prahalad, *Przewaga konkurencyjna jutra*, Business Press, Warszawa 1999, s. 13.

Każda firma musi mieć wizję swojego miejsca na rynku i swojego rozwoju. „Istota skutecznej strategii polega na tym, że tworzy ona unikalność firmy i pozwala zarówno jej pracownikom, jak i otoczeniu, w sposób wyraźny odróżnić daną jednostkę od wszystkich pozostałych”¹¹. W przypadku małej i średniej firmy specyficzną cechą strategii marketingowej jest jej oparcie na zestawie atutów właściwych tylko dla MSP. Małe i średnie przedsiębiorstwa nie mają przewagi w skali działania oraz w istniejących zasobach, dlatego w sposób szczególnie precyzyjny muszą wybierać domenę działania i działając szybko, przez zaskoczenie, zdobywać lepszą pozycję. Zaskoczeniem tym może być innowacyjność lub oryginalność produktu. Do atutów MSP zaliczyć można:

- zorientowanie na konsumenta i dobrą znajomość nabywców segmentu rynku,
- umiejętność rozwiązywania problemów konsumentów,
- innowacyjność będącą efektem dobrej znajomości rynku i potrzeb konsumentów,
- elastyczność działania oraz szybkie reagowanie na zmiany otoczenia,
- rozwiniętą przedsiębiorczość, upór i konsekwencję w procesie realizacji przyjętych celów.

By odwołać się do podstawowej klasyfikacji strategii podawanej za M. Porterem¹², strategią konkurowania właściwą dla MSP jest strategia koncentracji działań na zaspokojeniu popytu określonego kręgu nabywców, czyli koncentracji na wybranym segmencie rynku, po uprzednim ustaleniu nisz rynkowych. Małe i średnie przedsiębiorstwa są strategią wypełniającą istniejące na rynku luki i zaspokajają potencjalny popyt nabywców.

¹¹ K. Oblój, *Strategia i sukces firmy*, „Businessman Magazine” 1991/4.

¹² M. Porter, *What is Strategy*, „Harvard Business Review” 1996/11–12.

Jeśli bazować na czteropolowej macierzy alternatywnych strategii H. Igora Ansoffa¹³, dla MSP właściwą i preferowaną jest strategia penetracji rynku ograniczająca się do intensyfikacji sprzedaży dotychczasowego produktu na dotychczasowym rynku. Nie wyklucza się jednak z praktyki polskich MSP strategii bardziej skomplikowanych (rozwoju rynku i rozwoju produktu). Najbardziej ryzykownym rozwiązaniem dla małych i średnich firm jest strategia dywersyfikacji polegająca na różnicowaniu produktu przesądzającym o jego wyjątkowości i oryginalności. Mała firma bazuje w tym przypadku na dużej elastyczności i zdolności dostosowywania się do warunków rynku. Decydując się na tę strategię, MSP muszą mieć jednak świadomość ryzyka związanego z możliwością imitacji ze strony konkurentów, zmniejszeniem się zapotrzebowania nabywców lub powstaniem zbyt dużej różnicy kosztów w stosunku do konkurentów¹⁴.

Kolejną alternatywą dla małej firmy jest strategia kooperacji stosowana w przypadku firm na tyle słabych, że nie mogą same osiągnąć sukcesu. Stosowanie strategii kooperacji daje małym firmom szanse przynajmniej częściowego wyeliminowania napotykaných barier. Doskonałym jej przykładem są aliansy strategiczne.

3. ŹRÓDŁA SUKCESÓW I OGRANICZENIA W ROZWOJU MAŁEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Małe i średnie przedsiębiorstwa, zwłaszcza w ostatnim okresie, zajmują znaczące miejsce w rozwijającej się gospodarce. Wszelkie przesłanki sugerują konieczność szerszego zainteresowania małą i średnią przedsiębiorczością również ze strony rządu polskiego oraz innych organów władzy państwowej. Powinno to mieć wyraz w likwidowaniu podstawowych barier rozwoju¹⁵. Podstawowymi barierami rozwoju MSP w Polsce są:

- bariery techniczne,
- bariery zasobów ludzkich,
- bariery rynkowe,
- bariery finansowe,
- bariery prawne.

Główne bariery techniczne, mające wpływ na produktywność, jakość wyrobów i usług, obejmują przestarzałe parki maszynowe, deficytowe metody produkcji, trudności związane z transferem technologii oraz niezdolność nadążania za postępem technicznym i komercyjnym w kraju i za granicą. Owe techniczne bariery są w gruncie rzeczy powiązane z barierami społeczno-kulturowymi i finansowymi.

Konkurencja rynkowa oraz przymus ciągłych dostosowań do innowacji technologicznych implikują potrzebę zatrudniania wysoko wykwalifikowanej siły roboczej. Brak kompetentnych pracowników jest poważną słabością MSP. Istnieje potrzeba powołania instytucji zajmujących się stałym doskonaleniem kadr. W rzeczywistości jednak same MSP są terenem szkoleń zawodowych, gdzie pracownicy występują w roli uczniów. W Polsce na najwyższych szczeblach instytucji krajowych i międzynarodowych przygotowane zostały programy wspomagające rozwój MSP poprzez podnoszenie kwalifikacji pracowników oraz ich przekwalifikowywanie. Ponadto szeroko obecne w Polsce organizacje wspierania biz-

¹³ H.I. Ansoff, *Strategies for Diversification*, „Harvard Business Review” 1957/9–10.

¹⁴ M. Porter, *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa 1992, s. 61.

¹⁵ *Zarządzanie małą firmą*, s. 24.

nesu prowadzą dla osób bezrobotnych oraz zagrożonych brakiem pracy specjalistyczne treningi i świadczą usługi doradcze.

Brak lub niewłaściwy dostęp do źródeł informacji oraz szans pojawiających się na rynku to kolejne ważne bariery dla działalności gospodarczej. Jednym z efektywnych sposobów ich zwalczania jest stworzenie baz danych, które umożliwiałyby wszystkim przedsiębiorcom dostęp do informacji.

Brak kapitału pozostaje wciąż jedną z fundamentalnych barier w restrukturyzacji i rozwoju gospodarczym regionów. Wsparcie finansowe dla MSP mogłoby umożliwić efektywne przeprowadzanie projektów inwestycyjnych, wesprzeć rozwój prywatnej działalności gospodarczej, stworzyć nowe miejsca pracy, jak również pozwolić modernizować i rozszerzać już istniejące. Niestety, ograniczony dostęp do finansów instytucjonalnych oraz pomocy technicznej stwarza mniejszym firmom wiele trudności w usprawnianiu swoich działań. Systemy zachęt faworyzują duże przedsiębiorstwa, a złożoność procedur administracyjnych częstokroć uniemożliwia małym firmom czerpanie korzyści z takich rozwiązań.

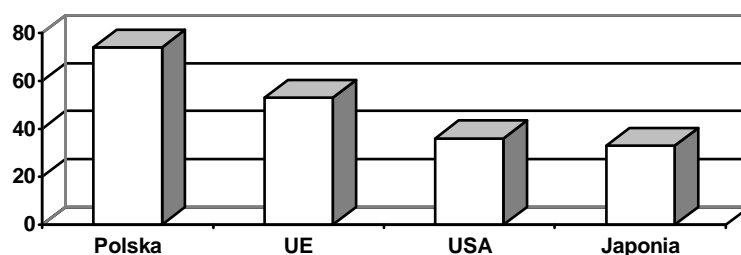
Z powodu ograniczonych rezerw prywatnych oszczędności, hermetyczności rynku kapitałowego oraz braku firm skłonnych inwestować w ryzykowne przedsięwzięcia, MSP w Polsce borykają się z problemem pozyskania kapitału inwestycyjnego. MSP potrzebują krótko- i długookresowych kredytów, jednak głównym czynnikiem ograniczającym dostęp do kredytów jest ich wysoki koszt. Gwarancje, jakich żądają banki w zamian za udzielony kredyt, stanowią zasadniczo największą przeszkodę dla przedsiębiorców. Ponieważ banki preferują popyt na kredyty komercyjne, fundusze inwestycyjne o stałym kapitale nie są łatwo dostępne dla MSP.

Pomimo powołania do życia specjalnych funduszy w celu wsparcia MSP, wysokość udzielanych pożyczek pozostaje raczej nieznaczna. Z drugiej strony, źródła finansowe banków są zbyt skąpe, by mogły one zaspokoić potrzeby wszystkich drobnych i średnich przedsiębiorstw. Można zatem stwierdzić, że MSP w Polsce w przeważającej mierze muszą liczyć na własny kapitał.

Inne problemy wiążą się z ustawodawstwem podatkowym. Podatki, cła i inne obciążenia, które MSP są zobowiązane płacić, stanowią dla nich poważny ciężar finansowy. Równie szkodliwy wpływ na MSP wywiera nadmiernie rozbudowana biurokracja. Brak jasnego stanowiska rządzących w sprawie struktury systemu podatkowego wydaje się istotnym zagrożeniem¹⁶. Na niekorzyść MSP oddziałują także nieżyciowe przepisy kodeksu pracy związane z zatrudnianiem pracowników oraz zbyt wysokie obciążenia z tytułu składek ZUS, stawiające Polskę w gronie państw świata o najwyższych kosztach pracy. Koszty pracy w stosunku do płacy netto w Polsce i w wybranych krajach ilustruje rys. 2. Jak wynika z przedstawionych danych, w Polsce mamy jedno z najwyższych obciążeń kosztów pracy, ponad 74% płacy netto, gdy tymczasem w 2002 r. w Unii Europejskiej wynosiło ono ok. 53%, a w Japonii i USA nieco przekraczało 33%¹⁷.

¹⁶ C. Varol, *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce i Turcji*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2000/6.

¹⁷ J. Rakowski, *Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw handlowych w Polsce*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2002/2.



Rys. 2. Procentowe relacje średnich kosztów pracy do wartości płacy netto w Polsce i wybranych krajach

Źródło: J. Rakowski: *Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw handlowych w Polsce*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2002/2.

Nie można jednak wskazywać tylko ograniczeń i zagrożeń w funkcjonowaniu MSP, uzasadnione jest też optymistyczne spojrzenie na dalszą ich przyszłość. Firmy te mogą wykorzystać szanse stwarzane przez szeroko rozumiane otoczenie MSP, a przede wszystkim:

- możliwość rozwoju produkcji eksportowej stworzona przez coraz bliższe związki z krajami UE, przy szczególnym uwzględnieniu korzystnej lokalizacji Polski w centrum Europy,
- przyrost inwestycji zagranicznych w Polsce jako źródło rozbudowy powiązań kooperacyjnych i podwykonawstwa,
- stałą poprawę infrastruktury technicznej oraz rozwój zamówień publicznych (np. w zakresie budownictwa),
- restrukturyzację regionów rolniczych,
- wzmocnienie samorządów lokalnych będących szansą dla powstawania i rozwoju inicjatyw lokalnych przyczyniających się do rozwoju sektora MSP¹⁸.

4. INTEGRACJA POLSKICH FIRM Z UNIĄ – KORZYŚCI I ZAGROŻENIA

„Zdecydowana większość naszego społeczeństwa [...] słusznie uważała, że wejście Polski do Unii Europejskiej stworzy Polsce historyczną szansę. Odsetek poparcia wejścia Polski do Unii Europejskiej był nawet większy niż w innych krajach Wspólnoty. W rzeczywistości sytuacja jest jednak bardziej skomplikowana”¹⁹.

Wśród głównych korzyści integracji Polski z Unią w dziedzinie gospodarczej wymienić należy co najmniej siedem:

- wymusiła ona głębokie procesy dostosowawcze w naszym społeczeństwie;
- stworzyła szansę wyjścia Polski z opóźnienia cywilizacyjnego, trwającego już kilka wieków;
- stworzyła nowe możliwości zasilania gospodarki w środki rozwojowe poprzez wprowadzenie w naszej gospodarce „czterech wolności”, to jest wolnego obrotu towarów, usług, ludzi i kapitału;

¹⁸ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1998, s. 159.

¹⁹ A. Karpiński, *Unia Europejska–Polska. Dylematy przyszłości*, Elipsa, Warszawa 1998, s. 44.

- otworzyła dostęp do szerokiego rynku zbytu, warunkiem tego jednak było proekspansyjne przestawienie naszej gospodarki;
- wymusiła wprowadzenie standardów jakościowych i użytkowych Wspólnoty;
- wspólna waluta euro wzmacniać będzie konkurencyjność Unii Europejskiej;
- ekspansja kapitału przez granice krajów ogromnie przyspieszy w rezultacie rozwój ludzkości.

Pamiętać równocześnie jednak trzeba, że korzyści z procesu integracji, które wystąpią w całej pełni również w naszym kraju, dadzą się odczuć przede wszystkim dopiero w dłuższej perspektywie czasowej. Ocenia się bowiem, że główne, bardziej odczuwalne efekty integracji ujawniały się w innych krajach po 10–15 latach. Natomiast w okresie przejściowym wystąpić mogą napięcia, a nawet zagrożenia dla niektórych grup społecznych i dziedzin gospodarki. Równocześnie kapitał zagraniczny, który wchodzi na dany rynek, nie tylko wnosi korzyści, ale również może niszczyć tradycyjne ogniwa w gospodarce, zwłaszcza te, które okazują się niekonkurencyjne. Jest to zrozumiałe, kieruje się on bowiem własnym interesem. Decyzja o integracji z Unią Europejską jest już za nami; bardzo ostro natomiast rysuje się problem, jak działać, aby maksymalizować płynące z tego korzyści, jednocześnie minimalizując zagrożenia.

Następstwem niesprostania wymogom konkurencji jest z reguły wzrost importu oraz zwiększenie jego roli w zaopatrzeniu danego rynku. Potencjalne zagrożenia na tym tle rodzi dopiero sytuacja, gdy import przekroczy granice dopuszczalne w danej gospodarce, wywołując dwa niebezpieczne zjawiska. Pierwsze z nich to sytuacja, gdy wzrost importu wyprzedza wzrost eksportu nadmiernie w stosunku do możliwości płatniczych. Rezultatem tego jest z reguły wzrost ujemnego salda handlowego. Drugie potencjalne zagrożenie związane z nadmiernym importem sprowadza się do tego, że może dojść do likwidacji niektórych dziedzin krajowej wytwórczości i to nie tylko tych, które są wyraźnie niekonkurencyjne. Istota problemu leży więc nie w tym, że grozi nam wielki napływ importu, ale w tym, czy będziemy w stanie przeciwstawić temu wzrost eksportu. To zaś rodzi zasadnicze strategiczne pytanie, czym Polska może być we Wspólnocie, na jakich towarach powinna opierać swój eksport na ten rynek i w czym ma się wyrażać jej konkurencyjność. Bez odpowiedzi na to pytanie niebezpieczeństwo przekształcenia Polski w zaplecze surowcowe i źródło taniej siły roboczej dla innych krajów Wspólnoty może stać się realne.

Możliwości skutecznego przeciwdziałania zidentyfikowanym zagrożeniom zależeć będą w pierwszym rzędzie od wyboru jednej z dwóch rozróżnianych na świecie koncepcji integracji ze wspólnotami regionalnymi. Zgodnie z terminologią wprowadzoną przez Ajita Singha są to:

- integracja wcieleniowa albo ścisła (*close integration*),
- integracja strategiczna (*strategic integration*)²⁰.

Ta pierwsza jest w istocie koncepcją biernego włączenia się w większy organizm na zasadzie podporządkowania. Opiera się na założeniu, że zachodzi pełna zgodność długookresowych interesów partnerów z danego kraju z interesami wspólnoty. Druga z wymienionych form integracji zakłada podporządkowanie tego procesu ochronie interesów własnych oraz wchodzenie do wspólnoty zwłaszcza tam, gdzie leży to w interesie strategicznym danej społeczności, to zaś wymaga aktywnego działania oraz zróżnicowanego podejścia

²⁰ A. Singh, *Openness and the Market Friendly Approach to Development*, „World Development” 22/12 (1994), s. 1811.

z preferencją dla tych kierunków działania i obszarów, które mogą danemu krajowi zapewnić korzystną pozycję we wspólnocie. Tylko taka strategia stwarza możliwości przeciwdziałania tym zagrożeniom i odpowiada naszej racji stanu. Wybór jednej z tych dwóch koncepcji integracji przesądzi o rozstrzygnięciu wielu problemów. Kluczowym warunkiem uniknięcia lub złagodzenia zagrożeń jest posiadanie przemyślanej i rozumnej długookresowej strategii rozwoju i procesów dostosowawczych w skali makro.

5. REGIONALNE KONSEKWENCJE INTEGRACJI Z UE DLA SEKTORA MSP

Wpływ integracji Polski z Unią Europejską na sektor MSP jest zróżnicowany regionalnie. Różnice w sile i kierunkach oddziaływania impulsów płynących z procesów dostosowawczych na MSP w różnych regionach powinny być analizowane na podstawie innych przesłanek niż w przypadku efektów branżowych. Najistotniejsze założenia, według których powinny być formułowane wnioski dotyczące kosztów i korzyści akcesji w sektorze MSP w ujęciu regionalnym, brzmią:

- integracja z UE wpływa w zróżnicowanym stopniu na różne sektory gospodarcze,
- bezpośrednie oddziaływanie akcesji do UE na MSP dokonuje się poprzez wymianę handlową z zagranicą lub bezpośrednie inwestycje firm zagranicznych w Polsce,
- siła i kierunek oddziaływania pewnych bodźców są warunkowane kosztami transakcyjnymi (transportu, ubezpieczeń, finansowymi) ekspansji na inne rynki,
- zróżnicowana regionalnie jest także struktura gospodarcza i społeczna, od której zależy sposób reakcji na bodźce makroekonomiczne, powstające na skutek procesów integracyjnych,
- administracyjny podział Polski często nie odpowiada strukturze przestrzennej gospodarki.

Oprócz oceny wskaźników gospodarczych przedsiębiorstw z poszczególnych województw konieczne jest także rozważenie konsekwencji integracji z UE przez pryzmat położenia geograficznego regionu, które w pewnym stopniu determinuje scenariusz rozwojowy. Warto jednak pamiętać, że wskutek gwałtownego rozwoju technologicznego, rewolucji ICT (ang. Information and Communication Technologies) i powstawania społeczeństwa informacyjnego, istotnemu przewartościowaniu uległy dotychczasowe katalogi czynników lokalizacyjnych inwestycji oraz tradycyjnie rozumianych determinant rozwoju regionów. Inaczej mówiąc, położenie geograficzne, które do niedawna decydowało o szansach rozwojowych regionów, obecnie traci na znaczeniu, ustępując miejsca takim czynnikom, jak dostęp do nowoczesnej infrastruktury telekomunikacyjnej (lotnisko, światłowody, satelity), do wykwalifikowanych pracowników, do kultury i czystego środowiska. Oczywiście w Polsce jeszcze przez wiele lat o atrakcyjności inwestycyjnej decydować będą tradycyjne czynniki lokalizacji inwestycji, ale przy odpowiedniej polityce rozwojowej szybko można to zmienić (przykład Finlandii czy Irlandii). Tradycyjnie bardzo dobre położenie gospodarcze mają województwa mazowieckie i wielkopolskie. Jak pokazują doświadczenia rozwoju regionalnego w UE, regiony stosunkowo najsilniejsze zyskują w pierwszym okresie po akcesji najbardziej. Z kolei niedogodności tradycyjnie peryferyjnego położenia można będzie zwalczać poprzez zmianę podejścia do czynników rozwoju regionalnego. W przyszłości może to być skupienie się na rozwoju najnowszych technologii, a w najbliższym czasie koncentracja na specyficznych czy unikatowych walorach regionu. Przykładem może być województwo warmińsko-mazurskie i podlaskie. MSP z tych regionów dzięki integracji z UE mogą wykorzystać szczególne walory przyrodnicze tych terenów do rozwoju specjali-

stycznych usług z zakresu szeroko rozumianej turystyki. Innowacyjne podejście do turystyki (agroturystyka, łowiectwo) mogą się stać wielką szansą rozwojową dla tamtejszych MSP.

Analiza szans i zagrożeń wynikających z integracji z UE dla polskich MSP w ujęciu regionalnym potwierdza tezę, że mimo pomocy strukturalnej ukierunkowanej na wspomaganie procesów wyrównywania poziomów rozwoju społecznego i gospodarczego między regionami UE, dysproporcje rozwojowe w pierwszym okresie po akcesji nie zmalały. Z uwagi na fakt, iż sytuacja regionu jest w rzeczywistości pochodną sytuacji przedsiębiorstw zlokalizowanych w danym województwie, teza ta dotyczy bezpośrednio także MSP. Generalnie rzecz biorąc, warunki funkcjonowania przedsiębiorstw znacznie, choć raczej ewolucyjnie niż skokowo, polepszają się. W początkowym okresie członkostwa decydującą rolę w kreowaniu warunków do rozwoju MSP mają uwarunkowania krajowe, szczególnie infrastrukturalne. Tak więc przynajmniej jeszcze przez najbliższą dekadę wewnątrz krajowe, a często wewnątrzregionalne powiązania gospodarcze będą dla małych i średnich przedsiębiorstw ważniejsze od rodzących się związków ze wspólnym rynkiem europejskim.

LITERATURA

- [1] Ansoff, H., *Strategies for Diversification*, „Harvard Business Review” 1957/9–10
- [2] Grzecznowska, A., *Wzornictwo przemysłowe a konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2002/3
- [3] Hamel, G.; Prahalad, C.K., *Przewaga konkurencyjna jutra*, Business Press, Warszawa 1999
- [4] Janowska, Z., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2002
- [5] Karpiński, A., *Unia Europejska–Polska. Dylematy przyszłości*, Wydawnictwo Elipsa, Warszawa 1998
- [6] Oblój, K., *Strategia i sukces firmy*, „Businessman Magazine” 1991/4
- [7] Odorzyńska, E., *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2000/6
- [8] Piasecki, B., *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa 1998
- [9] Piasecki, B., *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1998
- [10] Porter, M., *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa 1992
- [11] Porter, M., *What Is Strategy*, „Harvard Business Review” 1996/11–12
- [12] *Zarządzanie małą firmą*, red. H. Bieniok, Wydawnictwo AE, Katowice 1995
- [13] Rakowicz, S., *Profesjonalizacja zarządzania. Dojście do europejskich standardów przez kształcenie*, [w:] *Przedsiębiorstwo wobec wyzwań przyszłości*, red. M. Haffer, S. Sudoł, Wydawnictwo UMK, Toruń 1999
- [14] Rakowski, J., *Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw handlowych w Polsce*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2002/2
- [15] Schumpeter, J., *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper, New York 1975
- [16] Sibińska, A., *Zachowania marketingowe małych i średnich firm*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2001/6
- [17] Singh, A., *Openness and the market friendly approach to development*, „World Development” 22/12 (1994)
- [18] Varol, C., *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce i Turcji*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2000/6

**POLAND IN THE EUROPEAN UNION
A SURVEY OF OPPORTUNITIES AND THREATS
FOR THE SMALL ENTREPRENEURSHIP SECTOR**

Poland's access into the EU has certainly resulted in a growth of competitiveness in Poland. The fears that local producers will not be able to handle it were not without reason. Poland, even before joining the EU, was its seventh largest supplier of goods in the world. Nothing has indicated that this position was getting worse after the accession into the homogeneous market of the Union. Just the reverse, the access has strengthened Poland's position in the market of European producers.