

Ewa KONSTANTY
Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Kultury

PRZEDSIĘBIORSTWA I MIKROPRZEDSIĘBIORSTWA W POLSCE – CHARAKTERYSTYKA I ANALIZA FUNKCJONOWANIA SEKTORA MMSP NA RYNKU KRAJOWYM

Streszczenie. W artykule podjęto próbę zdefiniowania pojęcia „przedsiębiorstwo”. Scharakteryzowano je na trzech płaszczyznach: ekonomicznej, organizacyjnej oraz prawnej. Praca przedstawia obszerny zbiór definicji oraz kryteria podziału przedsiębiorstw na rynku krajowym. Szczegółowo opisuje mikroprzedsiębiorstwa i ich rys historyczny, a także ich wpływ na poziom konkurencyjności gospodarki. Przedstawia także klasyfikację firm w Unii Europejskiej. Prezentuje aspekt zarządzania mikroprzedsiębiorstwem oraz wstępną analizę cech mikrofirm i ich tendencji rozwojowych na przestrzeni lat 1999-2012. Na koniec ukazuje wyniki badań prowadzonych na wybranych mikroprzedsiębiorcach. Celem niniejszego artykułu był przegląd aktualnej literatury na temat mikroprzedsiębiorstw w Polsce i rozwiązanie problemu definicyjnego.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo, przedsiębiorca, mikroprzedsiębiorstwo, zarządzanie w mikroprzedsiębiorstwie

ENTERPRISES AND SMALL ENTERPRISES IN POLAND – CHARACTERISTICS AND ANALYSIS OF THE FUNCTIONING OF THE SECTOR OF MSMEs IN THE DOMESTIC MARKET

Summary. In this article an attempt is made to define the concept of “enterprise”. Subsequent sections provide detailed characteristics of this entity, on three levels: economic, organizational and legal. The article presents a comprehensive set of definitions and criteria for the distribution companies in the domestic market. It describes in detail the micro-enterprises and their historical background and the impact of small enterprises on the level of competitiveness of the economy. It also shows how the classification of companies in the European Union looks like. It presents the aspect of the management of micro-enterprises, and a preliminary analysis of the features of micro companies and their development trends over the

years 1999-2012. At the end it shows the results of research conducted on the selected entrepreneurs. The aim of this article was to review the current literature on MSMEs in Poland.

Keywords: business, entrepreneur, small enterprises, enterprise management

1. Wstęp

Niniejszy artykuł ma na celu próbę zdefiniowania pojęcia „przedsiębiorstwo”. W kolejnych podpunktach przedstawiony został obszerny zbiór definicji oraz kryteria podziału przedsiębiorstw (ilościowe i jakościowe), a także opis głównych funkcji mikrofirm w Polsce i ich struktur organizacyjnych. Autorka zwraca także uwagę na zadania współczesnego przedsiębiorcy. Następnie wprowadza czytelnika w szczegółowy opis mikroprzedsiębiorstwa i przedstawia jego rys historyczny. Obecnie mikrofirmy dostosowują się do potrzeb lokalnego rynku, wpływają na poziom konkurencyjności gospodarki, a także stymulują wzrost gospodarczy. Analizie tych procesów poświęcona została kolejna część artykułu, w której ukazano również, jak wygląda klasyfikacja firm z sektora MMSP w Unii Europejskiej, a także różne aspekty zarządzania mikroprzedsiębiorstwem. Następnie wymienione zostały cechy mikrofirm oraz zaprezentowano analizę ich tendencji rozwojowych na przestrzeni lat 1999-2012. Na koniec przeprowadzone zostało badanie na dziesięciu mikroprzedsiębiorcach, które miało na celu znalezienie odpowiedzi na pytanie – co cechuje polskich mikroprzedsiębiorców i jak funkcjonują ich firmy?

2. Przedsiębiorstwa – ujęcie teoretyczne

2.1. Przedsiębiorstwa jako przedmiot badań

Rozważania na temat badań prowadzonych nad firmami w Polsce i krajach UE oraz roli mikroprzedsiębiorstw w gospodarce narodowej rozpocząć należy od wyjaśnienia pojęcia przedsiębiorstwa oraz przedsiębiorcy.

Przedsiębiorstwa, obok gospodarstw domowych, są podstawowymi podmiotami gospodarki narodowej. Według definicji J. Altkorna i M. Strużyckiego: „Przedsiębiorstwo stanowi zespół ludzi, środków materialnych i finansowych powołany do prowadzenia określonej działalności gospodarczej i wyodrębniony pod względem techniczno-usługowym, techniczno-produkcyjnym, przestrzennym, organizacyjnym, ekonomicznym i prawnym”¹.

¹ Altkorn J., Strużycki M.: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw handlowych i usługowych*. PWE, Warszawa 1994, s. 13.

Podobnie definiuje je Georges de Sainte Marie, który widział w przedsiębiorstwie czynnik ludzki: „przedsiębiorstwo to zorganizowana grupa ludzi, wspólnota mężczyzn i kobiet zapewniających mu tożsamość, umiejętności i wolę działania”².

O przedsiębiorstwie można mówić w kilku kategoriach: ekonomicznej, prawnej oraz organizacyjnej. Przedsiębiorstwo, jako forma organizacji procesów gospodarczych, ukształtowało się w okresie kapitalizmu, kiedy definitywnie oddzielono pracę w gospodarstwie domowym od zarobkowania. W tym aspekcie O. Lange definiuje przedsiębiorstwo jako zespół ludzi uprawiających w sposób systematyczny działalność zarobkową³.

Istotą przedsiębiorstwa jest prowadzenie działalności gospodarczej, zgodnie z zasadami ekonomii, tj. pokrycia ponoszonych kosztów i uzyskania nadwyżki ekonomicznej. Na gruncie ekonomii prowadzenie działalności gospodarczej oznacza wszelką działalność ludzką polegającą na przystosowaniu zasobów i sił przyrody z zamiarem wytworzenia nowych dóbr lub przekształceniem już istniejących, ich podziale i konsumpcji⁴. Ekonomiczne ujęcie działalności gospodarczej można sprowadzić zatem do produkcji i podziału dóbr⁵.

W nauce ekonomii mówi się o wielu rodzajach przedsiębiorstw, różnie zorganizowanych, ale cel ekonomiczny ich działalności pozostaje ten sam.

Z powyższego wynika, że przedsiębiorstwo charakteryzuje się następującymi cechami⁶:

- ma stałe, wyraźne cele wynikające z analizy otoczenia, własnych mocnych i słabych stron oraz jego pozycji na rynku,
- prowadzi działalność gospodarczą w celu odpłatnego zaspokojenia potrzeb osób trzecich oraz dla zysku,
- posiada zasoby finansowe⁷,
- posiada samodzielność decyzyjną w ramach obowiązującego w danym kraju systemu prawnego i ekonomicznego,
- prowadzi działalność na własne ryzyko, często w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu,
- działalność przedsiębiorstwa powinna mieć charakter trwały.

Cechą odróżniającą przedsiębiorstwa od innych podmiotów gospodarczych jest przede wszystkim: dążenie do osiągnięcia zysku⁸, utrzymanie pozycji na rynku, a także ciągły

² Sainte Marie G.: Kierowanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Poltext, Warszawa 1995, s. 25.

³ Lange O.: Ekonomia polityczna. T. 1. PWN, Warszawa 1959, s. 209.

⁴ Stachowiak Z.: Ekonomia. Zarys podstawowych problemów. Warszawa 1998, s. 56 i n.

⁵ Lange O.: Ekonomia polityczna, cz. 1 i 2, Warszawa 1980, s. 20.

⁶ Nasiłowski M.: System rynkowy. Key Text, Warszawa 1998, s. 38-40.

⁷ Fournier C.: Techniki zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem. Poltext, Warszawa 1993, s.49

⁸ Marciniak S. (red.): Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy. PWN, Warszawa 1999, s. 221.

rozwój. Przedsiębiorstwo, które w nieustannie zmieniającym się świecie przestaje się rozwijać, jest skazane na zagładę⁹.

Przedsiębiorstwa definiowane są także na gruncie prawnym. W ujęciu nauk prawnych przedsiębiorstwo oznacza zorganizowany zespół składników niematerialnych i materialnych przeznaczony do prowadzenia działalności gospodarczej i obejmuje to w szczególności¹⁰:

- oznaczenia indywidualizujące przedsiębiorstwo lub jego wyodrębnione części (nazwa przedsiębiorstwa),
- własność nieruchomości lub ruchomości, w tym urządzeń, materiałów, towarów i wyrobów oraz inne prawa rzeczowe do nieruchomości lub ruchomości,
- prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy nieruchomości lub ruchomości oraz do korzystania z nieruchomości lub ruchomości wynikające z innych stosunków prawnych,
- wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne,
- koncesje, licencje, zezwolenia,
- patenty i inne prawa własności przemysłowej,
- majątkowe prawa autorskie i majątkowe prawa pokrewne,
- tajemnice przedsiębiorstwa;
- księgi i dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Wyżej wymienione prawa i obowiązki stanowią przykładowe wyliczenie możliwych składników przedsiębiorstwa.

Z definicji zawartej w art. 55 Kodeksu cywilnego wynika, że wyeksponowane są trzy elementy:

- zespół składników o charakterze zorganizowanym,
- zespół dóbr o niematerialnym i materialnym charakterze,
- zespół ten jest przeznaczony do prowadzenia działalności gospodarczej.

W literaturze podkreśla się również, że pojęcia przedsiębiorstwo nie należy utożsamiać z pojęciem przedsiębiorca. Przedsiębiorstwo jest bowiem zespołem składników, za pomocą których przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą. Przedsiębiorca natomiast jest podmiotem tę działalność prowadzącym¹¹.

Pojęcie przedsiębiorcy możemy spotkać także w naukach ekonomicznych, jednak ekonomiczna definicja przedsiębiorcy nie jest tożsama z definicją przedsiębiorcy w ujęciu prawnym¹². W naukach ekonomicznych terminem „przedsiębiorca” określa się osobę „zajmującą się działalnością gospodarczą, która odkrywa potencjalnie zyskowe możli-

⁹ Fournier C.: op.cit., s. 44

¹⁰ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r., Kodeks cywilny. Dz.U. 1964, nr 16, poz. 93, art. 55.

¹¹ Horsz P., Antoniuk J.R. (red.): Podstawy prawne przedsiębiorczości. Wolters Kluwer business, Warszawa 2007, s. 32.

¹² Bierć A.: Sytuacja prawna przedsiębiorcy. Zagadnienia wybrane. „Studia Prawnicze”, nr 3, 1998, s. 15 i n.

wości, organizuje i kieruje przedsięwzięciami mającymi produktywny charakter”¹³. W piśmiennictwie wskazuje się, iż w ekonomicznym ujęciu przedsiębiorcy nie mieści się osoba, która angażuje swój kapitał w utworzenie spółki kapitałowej, ani osoba wnosząca kapitał do osobowych spółek handlowych¹⁴.

W ujęciu doktryny prawniczej przedsiębiorca to podmiot prowadzący w swoim imieniu działalność gospodarczą, a więc uczestniczący w sposób zawodowy w obrocie gospodarczym. Legalną definicję tego pojęcia zawiera art. 4 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, zgodnie z którym:

„Przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej”¹⁵.

Niemal identyczną definicję przedsiębiorcy zawiera Kodeks cywilny, zgodnie z którym jest nim osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33¹ § 1 k.c. (czyli jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną), prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową. W rozumieniu kodeksu pojęcie przedsiębiorcy rozciąga się zatem również na osoby wykonujące tzw. wolne zawody (np. lekarze, adwokaci, notariusze, architekci) w swoim imieniu i na swój rachunek¹⁶.

Z powyższych definicji wynika, że o tym, czy dany podmiot jest przedsiębiorcą, decydują co do zasady okoliczności faktyczne – prowadzenie przez niego działalności gospodarczej (lub zawodowej) w swoim imieniu, a zatem także na swój rachunek i swoją odpowiedzialność. Odróżnia to przedsiębiorcę od pracownika, czyli osoby świadczącej pracę na rachunek i ryzyko innego podmiotu – pracodawcy oraz pod jego kierownictwem¹⁷.

Obecnie w literaturze panuje zgodny pogląd co do tego, że ma on do spełnienia istotne funkcje organizatora produkcji, tzn. łączenia i kombinowania różnych przedmiotów i różnych sił będących w zasięgu naszego oddziaływania¹⁸. Zgodnie z poglądami twórcy klasycznej teorii przedsiębiorczości – J. Schumpetera, za przedsiębiorcę uznać należy tego, kto:

¹³ Kamerschen D.R., McKenzie R.B., Nardinelli C.: *Ekonomia*. Fundacja Gospodarcza „Solidarność”, Gdańsk 1991, s. 18.

¹⁴ Materna G.: *Pojęcie przedsiębiorcy w polskim i europejskim prawie ochrony konkurencji*. Wolters Kluwer, Warszawa 2009, s. 46.

¹⁵ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807.

¹⁶ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny.

¹⁷ Sieradzka M., Zdyb M.: *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz*. Wolters Kluwer, Warszawa 2013, s. 21.

¹⁸ Sarnecki W.: *Przedsiębiorca a niepewność*. Materiały VI Szkoły Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego. Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 1986, s. 61.

- tworzy przedsiębiorstwo,
- wprowadza postęp techniczny,
- wprowadza nowe wyroby,
- zdobywa nowe rynki zbytu.
- podejmuje decyzje organizacyjne dotyczące połączeń produktów itp.¹⁹.

Schumpeter postrzegał zatem przedsiębiorcę jako osobę, która charakteryzuje się twórczą aktywnością opierającą się na realizacji nowych strategii. Jednak należy zwrócić uwagę na fakt, iż przedsiębiorca nie jest wynalazcą. Skupia się on przede wszystkim na umiejętności wykorzystania twórczej działalności wynalazców²⁰.

Z. Mendel uważa, że przedsiębiorca jest to osoba fizyczna albo prawna, jaka trafia na rynek z celem osiągnięcia zysku. W tymże rozumieniu wszyscy, którzy uczestniczą w rynku, stanowią przedsiębiorców zarówno kupujących, jak i sprzedających, ponieważ każda osoba, która kupuje towar do dalszej sprzedaży, robi tak, gdyż uważa, iż towar jest dla kupującego więcej wart aniżeli pieniądze, które za towar płaci. W przeciwnym przypadku zatrzymałby swe pieniądze. Jednakże w ekonomii osoba, która wchodzi na rynek, żeby uzyskać to, czego konkretnie potrzebuje na własny użytek, nie jest określana przedsiębiorcą, ale konsumentem. W rezultacie przedsiębiorcą jest każda osoba, która trafia na rynek, żeby sprzedać albo każda osoba, która wchodzi na rynek, żeby kupić, jednakże nie w konsumpcyjnych celach, a z celem dalszej odsprzedaży²¹.

Przedsiębiorca nie powiela występujących na rynku rozwiązań, lecz stosuje nowe, nie ogranicza się do utrzymania działalności gospodarczej, lecz stale szuka nowych możliwości rozwoju. Jest w głównej mierze innowatorem, który jest otwarty na nowe wyzwania oraz antycypuje zmiany. Zgodnie z poglądami T. Gruszeckiego, przedsiębiorcę cechuje zdolność rozumienia potrzeb rynku, ich przewidywania oraz wyprzedzania, kojarzy komunikaty z rozmaitych dziedzin, bierze na siebie większe powinności, ma zdolność kierowania ludźmi, a także ma elastyczne podejście do zmian²². Termin przedsiębiorca po raz pierwszy zastosował Richard Cantillon.

W małych podmiotach gospodarczych przedsiębiorca pełni najważniejsze funkcje²³. W jego rękach skupiona jest pełnia władzy. Przedsiębiorca podejmuje strategiczne decyzje, realizując wytyczone przez siebie cele, jak również aktywnie angażuje się w bieżącą działalność organizacji. To właśnie osoba przedsiębiorcy w małej firmie jest głównym

¹⁹ Lichtarski J. (red.): Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1999, s. 53.

²⁰ Potocki A. (red.): Współczesne tendencje w zarządzaniu. Teoria i praktyka. Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu, Chorzów 2000, s. 20 za: Schumpeter J.: Teoria rozwoju gospodarczego. PWN, Warszawa 1962, s. 43.

²¹ Mendel Z.: Własna firma w praktyce. Difin, Warszawa 2012, s. 15.

²² Gruszecki T.: Przedsiębiorca w teorii ekonomii. Cedor, Warszawa 1994, s. 75.

²³ Churchill N.C., Lewis V.L.: The Five Stages of Small Business Growth. „Harvard Business Review”, No. 8, 1988, p. 82.

motorem przedsięwzięcia, którego przetrwanie oraz rozwój są uzależnione od jego kompetencji, cech osobowości oraz zdolności do skutecznego dostrzegania, oceny oraz realizacji szans pojawiających się w otoczeniu²⁴.

Przedsiębiorca powinien zawodowo zajmować się kierowaniem firmą, przy tym powinien spełniać wszystkie istotne funkcje przedsiębiorcze, a także musi on być uprawniony do podejmowania strategicznych decyzji gospodarczych. Psycholodzy i socjologowie koncentrują swoją uwagę na osobowości przedsiębiorcy i czynnikach wpływających i powodujących jego zachowanie. Z kolei dla ekonomistów przedsiębiorca będzie innowatorem zdolnym połączyć czynniki produkcji, aby osiągnąć zamierzone cele i powiększyć posiadaną wartość²⁵. Przedsiębiorcami zostają osoby pełnoletnie, które nie zostały ograniczone w swojej zdolności do czynności prawnych.

Przedsiębiorstwo jest podmiotem działającym na podstawie złożonego zespołu czynników, jakim jest przedsiębiorczość. Przedsiębiorczość to „ogół działań związanych z zakładaniem i rozwijaniem nowego przedsięwzięcia. Istotą przedsiębiorczości jest podejmowanie inicjatywy w tworzeniu projektów oraz nowych form działalności, zaspokajających potrzeby i dających zyski, pozwalające na reprodukcję i rozwój przedsiębiorstwa”²⁶. Przedsiębiorczość polega zatem na gotowości do ciągłych zmian, wprowadzania innowacji, ryzykownych decyzji²⁷.

Bardzo ważną rolę w życiu gospodarczym w skali całego kraju odgrywają obecnie mikroprzedsiębiorstwa. Poprawiają one również dynamikę rozwoju gospodarki określonego regionu²⁸. Korzystnie wpływają na zaangażowanie siły roboczej na rynku lokalnym i zmniejszenie poziomu bezrobocia. Ponadto świadczą specjalistyczne usługi dla lokalnych społeczności oraz zaopatrują miejscowy rynek w towary i usługi²⁹.

Mikrofirmy utożsamiane są powszechnie z przedsiębiorstwem. Firma może być także powiązana z zakładem, który w wielu przypadkach stanowi część przedsiębiorstwa. Z powodu silnego powiązania ze środowiskiem lokalnym oraz wpływu, jaki firmy na nie wywierają, postrzegane są one przede wszystkim jako ogniwo rozwoju regionów. Stąd jedną z najważniejszych dziedzin interwencjonizmu publicznego w rozwoju lokalnym staje się kreacja i rozwój innowacyjnych, konkurencyjnych przedsiębiorstw oraz promowanie kultury

²⁴ Gudkova S.: *Rozwój małych przedsiębiorstw*. Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa 2009, s. 13.

²⁵ Kopycińska D. (red.): *Teoretyczne aspekty gospodarowania*. Katedra Mikroekonomii, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2005, s. 220.

²⁶ Koźuch A., Dyhdalewicz A.: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2004, s. 7.

²⁷ Duraj J.: *Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa*. PWE, Warszawa 2000, s. 15.

²⁸ Czajkowska A.: *Wpływ mikroprzedsiębiorstw na rozwój gospodarki regionalnej na przykładzie województwa łódzkiego*, [w:] Bielawska A., Szopa A. (red.): *Strategie zarządzania mikro i małymi przedsiębiorstwami – Mikrofirma 2010*. Zeszyty Naukowe, nr 585, s. Ekonomiczne Problemy Usług, nr 50. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2010, s. 101-110.

²⁹ Czajkowska A.: *Kredytowanie przedsiębiorców indywidualnych*. Specyfika, procesy, polityka. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013, s. 31-32.

przedsiębiorczości. W procesie rozwoju sektora mikroprzedsiębiorstw biorą udział zarówno rządy i samorządy poszczególnych krajów UE, jak i Komisja Europejska³⁰. Mikroprzedsiębiorstwa są bardzo podatne na przystosowania gospodarcze w skali regionu. Charakteryzuje je zdolność do współdziałania z samorządem terytorialnym oraz jednostkami gospodarczymi na terenie regionu, w którym funkcjonują. Poprzez przestrzenne rozproszenie małych zakładów sektor ten ma duży wpływ na optymalizację warunków ekologicznych³¹.

Mikrofirmy powstają z reguły w miejscach zamieszkania założycieli, którzy płacą tam podatki, korzystają z miejscowych zasobów, jak również stwarzają klimat do inwestycji³². Przedsiębiorstwa mniejsze najszybciej i łatwiej dostosowują się do potrzeb rynku, wpływają na poziom konkurencyjności gospodarki, stymulują wzrost gospodarczy³³.

3. Definicja i rodzaje mikroprzedsiębiorstw

3.1. Klasyfikacja przedsiębiorstw

W literaturze z zakresu prawa, ekonomii i zarządzania odnaleźć można wiele kryteriów klasyfikacji przedsiębiorstw ze względu na ich wielkość. Nelly Daszkiewicz i Krzysztof Wach zauważają, że w poszczególnych krajach definicje MMSP (mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw) znacznie różnią się od siebie, przede wszystkim ze względu na poziom rozwoju gospodarczego kraju. Autorzy zwracają uwagę na fakt, że podział na przedsiębiorstwa mikro, małe, średnie i duże jest często związany z polityką gospodarczą danego państwa³⁴. Dla rozróżnienia przedsiębiorstw i zakwalifikowania ich do konkretnej grupy podmiotów można się posłużyć zarówno kryteriami ilościowymi, jak i jakościowymi.

Kryteria jakościowe opisują stan lub miejsce przedsiębiorstwa w danej branży³⁵.

Najczęściej spotykaną w literaturze klasyfikację cech jakościowych zaproponował T. Łuczka, który wyróżnił następujące³⁶:

- prawną samodzielność właściciela,
- znaczącą rolę właściciela, zgodnie z zasadą osobistego gospodarowania,

³⁰ Łukasik A.: Innowacyjność sektora MSP na tle polskiej gospodarki, www.exporter.pl, 08.01.2008.

³¹ Strużycki M. (red.): Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu. PWE, Warszawa 2004, s. 19-22.

³² Banik J.: Dylematy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. „Gospodarka Narodowa”, nr 3, 2002, s. 51.

³³ Misiąg F.: Pomoc publiczna dla małych i średnich przedsiębiorstw, mity i rzeczywistość. PWE, Warszawa 2005, s. 39-45.

³⁴ Daszkiewicz N., Wach K.: Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych. Uniwersytet Krakowski, Kraków 2013, s. 13.

³⁵ Zob. szerzej OECD, A Qualitative Definition of SME, SBS, Expert Meeting, “Towards better Structural Business and SME Statistic”, OECD, Paris, November 2005, p. 3-4.

³⁶ Łuczka T.: Kapitał obcy w małym i średnim przedsiębiorstwie. PWN, Warszawa-Poznań 2001, s. 5.

- prostą strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa,
- odrębną gospodarkę finansową i rodzaj finansowania.

Jedno z podstawowych kryteriów jakościowych stanowi struktura zarządzania, jak bowiem pisze P. Drucker³⁷: „firma jest tak duża, jak struktura kierownicza, której wymaga”. Struktura organizacyjna małego przedsiębiorstwa jest prosta oraz wyróżnia się jednym centrum decyzyjnym. Małe firmy charakteryzują się szczególną rolą właściciela, która sytuuje go na czołowej pozycji w strukturze przedsiębiorstwa jako przedsiębiorcę i menedżera. Skupiając pełnię władzy oraz realizując wytyczone przez siebie cele, podejmuje strategiczne decyzje, jak również aktywnie angażuje się w bieżącą działalność organizacji. Przedsiębiorca jest głównym motorem przedsięwzięcia, którego przetrwanie oraz rozwój są uzależnione od jego zdolności do skutecznego dostrzegania, oceny oraz realizacji szans pojawiających się w otoczeniu³⁸.

3.2. Cechy mikroprzedsiębiorstwa

Mikroprzedsiębiorstwa wyróżniają się również specyficznym sposobem finansowania, do którego wykorzystywany jest głównie kapitał własny, w mniejszym zaś stopniu kredyty i pożyczki, które z kolei często gromadzone są na zasadach niekomercyjnych, głównie od znajomych. Cecha ta odgrywa znaczącą rolę zwłaszcza w fazie początkowej tworzenia przedsiębiorstwa. Poza finansową, również prawną niezależność jest cechą charakterystyczną tych firm. W odróżnieniu od dużych przedsiębiorstw, te z sektora MMSp są na ogół samodzielne i autonomiczne. W literaturze przedmiotu można spotkać wiele klasyfikacji cech jakościowych. Na przykład, J. Targalski wśród cech jakościowych MMSp wymienia również obecność elementów innowacyjnych³⁹.

Kolejną cechą mikroprzedsiębiorstw jest częste poleganie na jednym kluczowym dostawcy lub odbiorcy. Tym samym firmy te uzależniają się od jego kondycji finansowej. W tej sytuacji poważne zagrożenie dla funkcjonowania mikroprzedsiębiorstwa stanowi utrata głównego kontrahenta bądź nieregulowanie przez niego zobowiązań⁴⁰. Konsekwencją współpracy z ograniczoną liczbą klientów jest możliwość uzależnienia się od nich. Partnerzy są w stanie zdominować relację, narzucając niekorzystne warunki kooperacji, na przykład zmuszając przedsiębiorcę do obniżenia marży bądź zaakceptowania trudnych do dotrzymania terminów realizacji zamówień. Ważnym aspektem relacji z klientami w przypadku najmniejszych przedsiębiorstw jest również personalizacja wzajemnych stosunków. Mniejsza

³⁷ Drucker P.: *The Practice of Management*. Allied Publishers, Mumbai 2004 (reprint 1995), p. 227.

³⁸ Gudkova S.: *Rozwój małych przedsiębiorstw*. Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa 2009, s. 13.

³⁹ Targalski T.: *Przedsiębiorczość – istota i znaczenie*, [w:] Targalski J., Francik A. (red.): *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*. C.H. Beck, Warszawa 2009, s. 26.

⁴⁰ Glinka B., Gudkova S.: *Małe przedsiębiorstwa w sytuacjach kryzysowych*. „Problemy Zarządzania”, nr 2, 2003, s. 122.

liczba nabywców sprzyja kształtowaniu się trwałych więzi, często wykraczających poza sferę biznesową⁴¹. Ponadto, mikroprzedsiębiorstwa rzadko dywersyfikują swoją działalność w obawie przed przekazaniem części uprawnień decyzyjnych podwładnym, wkroczeniem w nowe, nieznanе dotąd obszary oraz utratą bezpośredniej kontroli nad codziennymi operacjami. Wszystko to sprawia, że w przypadku występowania niekorzystnych wahań rynkowych małe przedsiębiorstwa mają znacznie ograniczone pole manewru. Szczególnym przypadkiem są wahania sezonowe, które choć są dobrze znane przedsiębiorcom, to dla części z nich jedynym stosowanym zabezpieczeniem jest gromadzenie oszczędności⁴².

Następną cechą, która wyróżnia mikroprzedsiębiorstwa, są ograniczone możliwości przedsiębiorców do wnikliwej obserwacji otoczenia. Często małe firmy nie mogą sobie pozwolić na zatrudnienie specjalisty czy na zakup kosztownych prognoz i analiz. Polegają głównie na własnej intuicji, a także kontaktach składających się na osobistą sieć powiązań⁴³. Ponadto cechą, wyróżniającą najmniejsze przedsiębiorstwa, jest szczególna rola rodziny w funkcjonowaniu organizacji. Z jednej strony, aktywne poleganie na najbliższych często wiąże się z pracą po godzinach, która nie jest w pełni opłacana, oraz angażowaniem w prowadzenie firmy osób na niekomercyjnych zasadach, co znacznie obniża koszty, dając przedsiębiorcy przewagę w walce konkurencyjnej. Z drugiej strony, w takich przedsiębiorstwach istnieje zagrożenie przenoszenia konfliktów z życia prywatnego w sferę biznesową oraz odwrotnie. Negatywnym aspektem jest również niebezpieczeństwo przekształcenia się firmy w organizację pomagającą krewnym, którzy oczekują różnego typu wsparcia, na przykład w postaci nieoprocentowanych pożyczek, zatrudnienia przy braku odpowiednich kwalifikacji bądź fikcyjnego zatrudnienia w celu uzyskania ubezpieczenia oraz składek na przyszłą emeryturę. Szczególne znaczenie w takich przypadkach mają uwarunkowania kulturowe oraz ich siła oddziaływania⁴⁴.

Kolejnymi kryteriami jakościowymi, jakie wykorzystuje się do definiowania sektora MMSP, są: efektywność, innowacyjność, kreatywność, improwizacja i intuicja oraz wpływ na rynek⁴⁵. MSP wyróżnia także kapitał intelektualny. Oparte są one na znajomości lokalnego rynku, wiedzy i kontaktach właścicieli, dużej elastyczności i budowaniu bliskich relacji z klientami⁴⁶. Ponadto, przedsiębiorstwa te charakteryzować może mała dbałość

⁴¹ Walters J.S.: *Big Vision, Small Business. 4 Keys to Success without Growing Big*. Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2000, p. 20.

⁴² Glinka B., Gudkova S.: *op.cit.*, s. 122.

⁴³ *Ibidem*, s. 122.

⁴⁴ Gudkova S.: *op.cit.*, s. 14.

⁴⁵ Rakowski J.: *Handel w Polsce w latach 1998-2000*. Polskie Centrum Handlowo-Usługowe S.A., Warszawa 2001, s. 11.

⁴⁶ Marcinkowska M.: *Kapitał intelektualny MSP*, [w:] Duraj J. (red.): *Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym*. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2008, s. 209.

o tworzenie wizerunku własnej firmy. Poza tym nie obserwuje się tendencji do organizowania się w lokalne grupy obrony swoich interesów⁴⁷.

W praktyce stosuje się kilka łatwo mierzalnych i charakteryzujących się dużą dostępnością danych statystycznych kryteriów ilościowych, do których zalicza się⁴⁸:

- wielkość zatrudnienia,
- wartość obrotów (wielkość sprzedaży rocznej),
- wartość majątku (suma bilansowa, wielkość aktywów),
- wartość dochodu rocznego netto,
- średnie saldo na rachunku bankowym,
- czas działalności firmy.

Stosowane obecnie w Polsce kryteria ilościowe są zbieżne z podziałem przedsiębiorstw używanym w Unii Europejskiej. Zaznaczyć należy także, że definicja unijna jest bezwzględnie stosowana przez kraje członkowskie w odniesieniu do pomocy publicznej, w pozostałych kwestiach poszczególne kraje członkowskie mogą przyjmować inne kryteria definicyjne.

Pierwsza wspólnotowa definicja sektora MŚP została sformułowana w Zaleceniu Komisji Europejskiej nr 96/280/EC z dnia 3 kwietnia 1996 r., w praktyce jednak często stosowane były również wcześniejsze kryteria narodowe⁴⁹. Od dnia 1 stycznia 2005 r. weszło w życie nowe Zalecenie Komisji Europejskiej nr 2003/361/EC z dnia 6 maja 2003 r. regulujące definicję MŚP. Artykuł 1 załącznika do tego zalecenia wprowadza definicję przedsiębiorstwa, które rozumiane jest jako jakakolwiek jednostka gospodarcza bez względu na formę organizacyjno-prawną, uwzględniając w szczególności samozatrudnionych oraz firmy rodzinne funkcjonujące w rzemiośle i innych dziedzinach, ale również spółki oraz zrzeszenia regularnie prowadzące działalność gospodarczą⁵⁰.

Obowiązujące w Polsce od stycznia 2005 r. nowe regulacje unijne wprowadziły nową kategorię prawną – mikroprzedsiębiorstwa. Zatrudniające do 9 pracowników firmy stanowią grupę wyróżniającą się szczególnymi cechami: najczęściej są to firmy o jednolitym profilu, działające w jednej z możliwych branż, w szczególności w budownictwie, handlu, usługach, transporcie lub obsłudze nieruchomości i firm⁵¹.

⁴⁷ Czajkowska A.: op.cit., s. 23.

⁴⁸ Łuczka T.: op.cit., s. 21, 24, 26.

⁴⁹ Zob. szerzej Wach K.: Nowe kryteria klasyfikacji małego i średniego przedsiębiorstwa w ustawodawstwie unijnym. „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, nr 5, 2004.

⁵⁰ European Commission 2003, Commission Recommendation 2003/361/EC of 6 May 2003, Annex, Definition of Micro-, Small- and Medium- sized Enterprises adopted by the Commission”, OJL 124 of 20.5.2003, Article 1, p. 39. Tekst polski: Zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji przedsiębiorstw mikro, małych i średnich (notyfikowane jako dokument nr C(2003) 1422), Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, L 124, 20.5.2003.

⁵¹ Czajkowska A.: op.cit., s. 20.

Za mikroprzedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych, zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników i osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 mln euro, lub suma aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie jest wyższa niż 2 mln euro⁵².

Dla porównania przytoczyć warto także definicje małych i średnich przedsiębiorstw. I tak:

- Za małego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych:
 - zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników oraz osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 10 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 10 mln euro.
- Za średniego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych:
 - zatrudniał średniorocznie mniej niż 250 pracowników,
 - osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 50 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 43 mln euro.

Należy przy tym podkreślić, że na zaliczenie przedsiębiorcy do kategorii małych lub średnich przedsiębiorców albo mikroprzedsiębiorców nie ma wpływu jego forma – może on być zarówno osobą fizyczną, jak i prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, ale posiadającą zdolność prawną. W praktyce, większość mikroprzedsiębiorców stanowią jednak prowadzące działalność gospodarczą osoby fizyczne⁵³.

W tabeli 1 zaprezentowano nową klasyfikację mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw przyjętą przez Komisję Europejską.

⁵² Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej, op.cit., art. 104.

⁵³ Horsz P., Antoniuk J.R. (red.): Podstawy prawne przedsiębiorczości. Wolters Kluwer business, Warszawa 2007, s. 46.

Tabela 1

Klasyfikacja mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej

Kategoria przedsiębiorstwa	Maksymalna liczba zatrudnionych	od 1996 r. do 2004 r.		od 2005 r.	
		Maksymalna suma* [min euro]**			
		Bilansowa	Przychodów***	Bilansowa	Przychodów
Mikro-	9	Nie były definiowane		2	2
Małe	10-49	5	7	10	10
Średnie	50-249	27	40	43	50

Źródło: Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro-, small and medium -sized enterprises, Recommendation 03/361/EC. "Official Journal" L124 of 20.05.2003, www.europe.eu.int; Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej. Dz.U. z 2004 r., nr 173, poz. 1807, s. 103.

Tabela 2

Szczegółowe zasady obliczania wielkości przedsiębiorstwa w UE uwzględniające powiązania między przedsiębiorstwami

Rodzaj powiązania	Wielkość powiązania	Sposób obliczania wielkości przedsiębiorstwa
Przedsiębiorstwo niezależne	poniżej 25%	Do określenia wielkości przedsiębiorstwa uwzględnia się tylko dane dla badanego przedsiębiorstwa
Przedsiębiorstwo partnerskie	od 25 do 50%	Do określenia wielkości przedsiębiorstwa uwzględnia się sumę danych badanego przedsiębiorstwa oraz odpowiedni procent danych każdego przedsiębiorstwa partnerskiego
Przedsiębiorstwo związane	powyżej 50%	Do określenia wielkości przedsiębiorstwa uwzględnia się sumę danych badanego przedsiębiorstwa oraz 100% danych każdego przedsiębiorstwa związanego

Źródło: Daszkiewicz N., Wach K.: Małe i średnie..., op.cit., s. 15.

Ze względu na potrzeby statystyczne UE w opracowywanych przez kraje członkowskie raportach rocznych do wszelkiego rodzaju analiz przyjmuje się jedynie kryterium liczby zatrudnionych, według którego wyróżnia się:

- samozatrudnionych (0 zatrudnionych),
- mikroprzedsiębiorstwa (1-9 zatrudnionych lub 0-9 zatrudnionych),
- przedsiębiorstwa małe (10-49 zatrudnionych),
- przedsiębiorstwa średnie (50-249 zatrudnionych),
- przedsiębiorstwa duże (powyżej 250 zatrudnionych)⁵⁴.

W prawodawstwie rodzimym oraz Unii Europejskiej zauważa się tendencję do tworzenia regulacji mających ułatwić działanie w warunkach ostrej konkurencji przedsiębiorcom zaliczanym do kategorii małych lub średnich przedsiębiorców. Rozwiązania te mają w pewnej mierze zniwelować niekorzystne tendencje rynkowe polegające na nadmiernej

⁵⁴ Daszkiewicz N., Wach K.: op.cit., s. 17; Statystyki unijne rozróżniają przedsiębiorstwa duże – zatrudniające 250-499 osób oraz bardzo duże – 500 i więcej pracowników.

przewadze konkurencyjnej dużych przedsiębiorców czy wręcz megakorporacji. Prawne podstawy do wprowadzania tego typu rozwiązań w Polsce zapewnia ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Zgodnie z jej art. 103⁵⁵ państwo stwarza, z poszanowaniem zasad równości i konkurencji, korzystne warunki dla funkcjonowania i rozwoju mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców, w szczególności przez:

- inicjowanie zmian stanu prawnego sprzyjających rozwojowi mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców, w tym dotyczących dostępu do środków finansowych pochodzących z kredytów i pożyczek oraz poręczeń kredytowych,
- wspieranie instytucji umożliwiających finansowanie działalności gospodarczej na dogodnych warunkach w ramach realizowanych programów rządowych,
- wyrównywanie warunków wykonywania działalności gospodarczej ze względu na obciążenia publicznoprawne,
- ułatwianie dostępu do informacji, szkoleń oraz doradztwa,
- wspieranie instytucji i organizacji działających na rzecz przedsiębiorców,
- promowanie współpracy mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców z innymi przedsiębiorcami polskimi i zagranicznymi.

3.3. Zarządzanie w małej firmie

Do dziś wśród wielu osób popularne jest przeświadczenie, iż wspominając o zarządzaniu, głównie odnosi się je do dużych korporacji. Natomiast pełni ono także kwestię zasadniczą w stosunku do przedsiębiorstw, jakie dopiero się tworzą oraz przedsiębiorstw, jakie znajdują się w grupach małych oraz średnich przedsiębiorstw⁵⁶.

Zarządzanie firmą wymaga wiedzy z zakresu efektywnego przywództwa⁵⁷ oraz wiedzy menadżerskiej. Niestety, wyniki badań prowadzonych w grupach polskich przedsiębiorców dowodzą, że wśród przedsiębiorców zarządzających małymi firmami dominują osoby z wykształceniem technicznym, a ponadto właściciele małych firm postrzegają kompetencje techniczne jako bardziej potrzebne niż kompetencje menadżerskie. Jak zauważa F. Bławat, atutem polskich właścicieli - menedżerów jest stosunkowo dobre wykształcenie, a słabością – braki w kompetencjach menadżerskich⁵⁸. Wydaje się, że wiedza dotycząca systemów zarządzania jest elementem wiedzy menadżerskiej, a w związku z tym można sformułować

⁵⁵ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807.

⁵⁶ Steinmann H., Schreygg G.: Zarządzanie. Politechnika Wrocławska, Wrocław 2009, s. 81.

⁵⁷ Dukaj I.: Style kierowania w małej firmie. e-bookowo, 2008, s. 19.

⁵⁸ Bławat F.: Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm. Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003, s. 121.

opinię, że wśród menedżerów zarządzających małymi i średnimi firmami brakuje m.in. wiedzy związanej z wdrażaniem i funkcjonowaniem systemów zarządzania⁵⁹.

Zarządzanie małym i dużym przedsiębiorstwem różni się jednak między sobą znacząco. Wybrane różnice między zarządzaniem małymi i średnimi a dużymi przedsiębiorstwami prezentuje tabela 3.

Tabela 3

Wybrane różnice między zarządzaniem małymi i średnimi a dużymi przedsiębiorstwami w obszarze systemu zarządzania i organizacji

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa	
	Małe i średnie	Duże
System zarządzania		
Funkcje kierownicze pełni	właściciel – przedsiębiorca	menedżerowie
Wiedza z zakresu kierowania przedsiębiorstwem	niejednokrotnie niewystarczająca	solidna
System informacyjny	niewystarczający	sformalizowany, rozbudowany
Rola planowania	prawie żadna	decydujące znaczenie
Znaczenie intuicji	duże	znikome
Organizacja		
Rodzaj struktury organizacyjnej	najczęściej funkcjonalna	zróznicowana
Droga przekazywania informacji	krótka, bezpośrednia	sformalizowana, długa
Przekazywanie wskazówek i kontrola poleceń	poprzez bezpośredni kontakt osobowy	sformalizowany system przekazywania wskazówek i kontroli poleceń
Przekazywanie uprawnień kierowniczych	w ograniczonym stopniu	w szerokim zakresie
Stopień formalizacji zadań	niski	wysoki
Elastyczność struktury organizacyjnej	wysoka	niska
Podjęcie decyzji grupowych	występuje bardzo rzadko	często

Źródło: Poznańska K., Schulte-Zurhausen M.: Kryteria klasyfikacji małych i średnich przedsiębiorstw. „Przegląd Organizacji”, nr 2, 1994, s. 26-27, podano za: Matejun M. (red.): Zarządzanie małą i średnią firmą w teorii i ćwiczeniach. Difin, Warszawa 2012, s. 30-31.

Specyfika małych i średnich firm powoduje, że system zarządzania nimi tworzy się niejako samorzutnie w miarę pojawiania się kolejnych potrzeb związanych z zarządzaniem. Wyjątkowość polskich realiów przejawia się tym, że większość małych i średnich

⁵⁹ Wierzbic A.: System zarządzania oparty na znormalizowanych wymaganiach jako czynnik wzrostu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław 2013, s. 68.

przedsiębiorstw ma za sobą zaledwie kilku- lub kilkunastoletnią historię działalności. Wielu polskich przedsiębiorców podjęło ryzykowną decyzję o rozpoczęciu działalności na własny rachunek, w chwili gdy nie dysponowali oni ugruntowaną wiedzą z zakresu organizacji i zarządzania. Te przedsiębiorstwa były i w znacznym stopniu są do dziś budowane w sposób intuicyjny. Właściciele, a zarazem szefowie organizacji, które odniosły sukces, bardzo wierzą w swój instynkt przedsiębiorcy. W miarę wzrostu liczebności grupy osób zatrudnionych lub pracujących na rzecz organizacji, skali działania oraz stopnia zdywersyfikowania działalności nieuchronne jest coraz większe wykorzystanie wiedzy o zarządzaniu, powierzanie kierowania częścią lub całością organizacji profesjonalnym menedżerom. Konieczne zatem staje się budowanie systemu zarządzania⁶⁰.

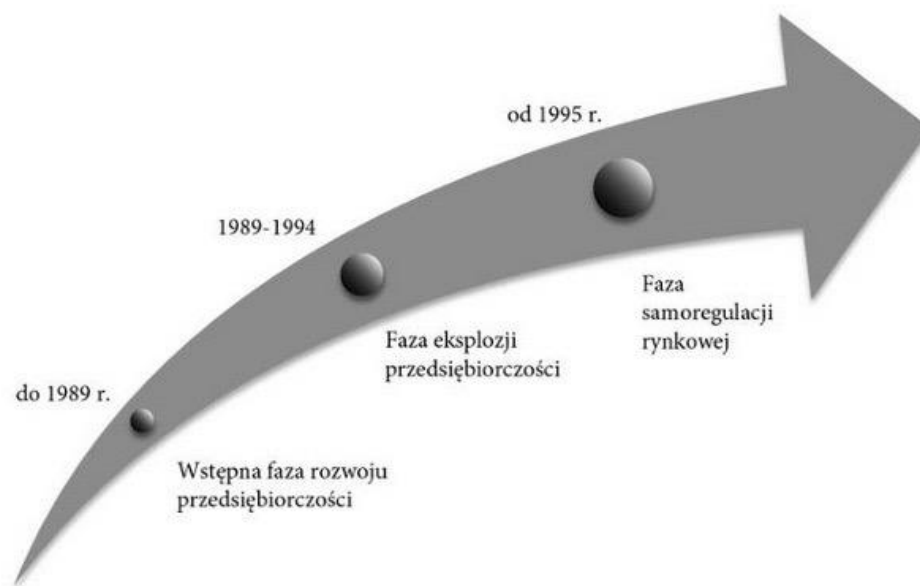
3.4. Rys historyczny mikroprzedsiębiorstw

Rozwój sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw charakteryzuje ujęcie zaproponowane przez B. Piaseckiego⁶¹, który identyfikuje trzy fazy rozwoju, tj. wstępną fazę rozwoju przedsiębiorczości, fazę eksplozji przedsiębiorczości oraz fazę samoregulacji rynkowej. Wstępna faza rozwoju przedsiębiorczości przypada na lata przed rokiem 1989, kiedy to w czasach gospodarki centralnie planowanej pojawiły się pierwsze regulacje prawne dopuszczające funkcjonowanie prywatnych podmiotów gospodarczych. Dla rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w pierwszej fazie największe znaczenie miała ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, w której w art. 1 ustawodawca określił, że „podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej jest wolne i dozwolone każdemu na równych prawach (...)” W art. 2 pkt 2 znalazła się regulacja, mówiąca że „(...) podmiotem gospodarczym może być osoba fizyczna, osoba prawna, a także jednostka organizacyjna niemająca osobowości prawnej (...)”, a w art. 5 określono, że „podmiot gospodarczy może zatrudniać pracowników w nieograniczonej liczbie i bez pośrednictwa organów zatrudnienia”⁶². Przytoczony akt prawny stanowił podstawę uwolnienia inicjatywy polskich przedsiębiorców w kierunku tworzenia przedsiębiorstw. Rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw zilustrowano na rys. 1.

⁶⁰ Wierzbic A.: op.cit., s. 73.

⁶¹ Piasecki B.: Małe przedsiębiorstwa w procesie transformacji, [w:] Przedsiębiorstwo w procesie transformacji rynkowej. Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń 1993, s. 123.

⁶² Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, Dz.U. 1988, nr 41, poz. 324, s. 609.



Rys.1. Fazy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce

Fig. 1. Levels of development of small and medium-sized enterprises in Poland

Źródło: Koszarek M., Milewski G., Rybacka M., Szultka S.: Analiza czynników konkurencyjności sektora MSP w Polsce, IBnGR, za: Sobczyk G.: Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw. UMCS, Lublin 2006, s. 19-20.

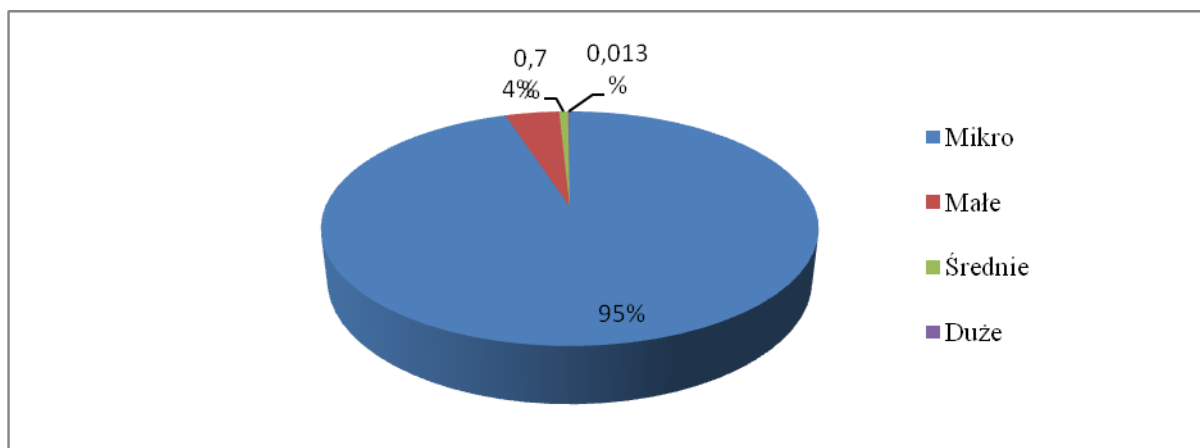
Podwaliny pod bardzo dynamiczny wzrost aktywności małych i średnich firm w latach następnych położyła wstępna faza rozwoju przedsiębiorczości. Nie można jednak podać dokładnych danych liczbowych opisujących aktywność małych i średnich przedsiębiorstw do roku 1989 ze względu na brak prowadzenia statystyk dotyczących aktywności tych podmiotów. Utrudnieniem jest również brak jednoznaczności w definiowaniu małych i średnich przedsiębiorstw w tamtych latach, która powodowała, że dane były zbierane w układzie niezgodnym z aktualnie obowiązującymi definicjami przedsiębiorstw sektora MSP. Pomimo opisanych trudności autorzy opracowania pt. *„Wkład małych i średnich przedsiębiorstw w rozwój gospodarki polskiej”* dokonują analizy danych statystycznych, dotyczących funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw przemysłowych przed rokiem 1989 i formułują wniosek, że w 1989 r. udział tych przedsiębiorstw w produkcji przemysłowej wynosił ok. 19%⁶³.

W fazie eksplozji przedsiębiorczości, czyli w drugim okresie na drodze do rozwoju przedsiębiorczości prywatnej, nastąpiło wyraźne zwiększenie liczby podmiotów gospodarczych podejmujących działalność gospodarczą. Dane statystyczne z okresu 1989-1994 dowodzą, że liczba tworzonych przedsiębiorstw rzeczywiście „eksplodowała”, aby w 1994 r. przekroczyć 2 mln podmiotów. Warto nadmienić, że przemiany odbywały się w czasie ciężkiego kryzysu gospodarczego i jak zauważają autorzy cytowanego

⁶³ Zienkowski L.: Wkład małych i średnich przedsiębiorstw w rozwój gospodarki polskiej. PARR, Warszawa 1997, s. 4.

w poprzednim akapicie opracowania, powstawały wtedy głównie małe i średnie podmioty gospodarcze⁶⁴.

W etap rozwoju określany jako „faza samoregulacji rynkowej” sektor małych i średnich przedsiębiorstw wszedł w roku 1995. Wówczas to wyraźnie zaznaczyła się dominacja małych i średnich przedsiębiorstw pod względem ich reprezentacji w strukturze ilościowej zarejestrowanych podmiotów gospodarczych oraz znaczenia w statystykach ukazujących udział poszczególnych typów przedsiębiorstw w tworzeniu PKB naszego kraju. Strukturę ilościową sektora przedsiębiorstw w 2011 r. przedstawia rysunek 2.



Rys. 2. Struktura sektora przedsiębiorstw w Polsce w roku 2011

Fig. 2. The structure of the enterprise sector in Poland in 2011

Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010-2011. PARP, Warszawa 2012, s. 186.

Analiza danych zgromadzonych na rys. 2 pokazuje, że w strukturze ilościowej dominującą pozycję zajmują mikroprzedsiębiorstwa (95%). Na uwagę zasługuje również fakt, że przedsiębiorstwa małe stanowią populację przeszło pięciokrotnie liczniejszą (4%) niż przedsiębiorstwa średnie (0,7%). Najmniej znaczącą grupą przedsiębiorstw w ujęciu ilościowym są przedsiębiorstwa duże, które reprezentują tylko 0,013% ogółu firm zarejestrowanych w REGON.

Dane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości dotyczące dynamiki zmian liczebności poszczególnych typów przedsiębiorstw wskazują, że w latach 1999-2008 stałą tendencją wzrostową wykazywały grupy mikro- i małych przedsiębiorstw. Interesujący jest również fakt, że największą dynamiką charakteryzuje się liczba małych przedsiębiorstw, których w 2007 r. było więcej o ponad 30% w stosunku do liczebności tej populacji w 1999 roku. Mikroprzedsiębiorstwa w analogicznym okresie czasu wykazały się nieco mniejszą dynamiką, bowiem ich liczba zwiększyła się o nieco ponad 20%. Diametralnie odmienną sytuację możemy zauważyć w grupach przedsiębiorstw średnich i dużych. Biorąc

⁶⁴ Wierzbic A.: op.cit., s. 21.

za punkt odniesienia rok 1999, możemy odnotować w obu wspomnianych grupach w latach 2000-2001 niewielki wzrost, natomiast w latach 2002 i 2003 nastąpił wyraźny spadek liczby średnich i dużych firm, przy czym liczba przedsiębiorstw średnich od 2004 r. się ustabilizowała, natomiast liczba dużych spadała do 2005 r. włącznie. W stosunku do roku 1999 liczba przedsiębiorstw średnich zmniejszyła się nieznacznie. Liczba przedsiębiorstw dużych w 2007 r. w stosunku do bazowego w cytowanych badaniach 1999 r. spadła do nieco powyżej 70% stanu wyjściowego tejże populacji⁶⁵.

W latach 2009-2010 można było zaobserwować załamanie trendu wzrostowego, jeśli chodzi o liczebność przedsiębiorstw, co spowodowane było światowym kryzysem gospodarczym w latach 2007-2008. Największy procentowo regres dotyczył sektora mikroprzedsiębiorstw (-10,26%) i przedsiębiorstw małych (-8,70%)⁶⁶.

Z kolei analiza danych zamieszczonych w ostatnim raporcie o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce (2012-2013) pozwala na stwierdzenie, że mikroprzedsiębiorstwa stanowią dziś najliczniejszą kategorię firm w naszym kraju. Ich udział w strukturze przedsiębiorstw ogółem oszacowany został na poziomie 95,2%

Jak wynika z danych GUS, w roku 2013 nastąpił kolejny już wzrost liczebności mikrofirm w naszym kraju. Wzrost liczby tych podmiotów gospodarczych w ostatnich latach częściowo jest wynikiem spowolnienia gospodarczego, które mogło przyczynić się do przyspieszenia decyzji wielu osób odnośnie do założenia własnego biznesu w chwili utraty pracy. Systematyczny wzrost liczby tych firm dowodzi również tego, iż rzeczywiście mamy do czynienia z trendem rozwojowym w tym obszarze.

4. Przedstawienie wyników badań

4.1. Analiza wyników badań

Po zapoznaniu się z zawartą w poprzednich rozdziałach analizą literatury i problemem definicyjnym mikroprzedsiębiorstw, na koniec przejdziemy do pytania badawczego, które brzmi następująco: co cechuje polskich mikroprzedsiębiorców i jak funkcjonują ich firmy? Jako metodę badawczą zastosowano metody jakościowe, narzędzia badawcze to wywiady swobodne pogłębione. Badanie było przeprowadzone na właścicielach dziesięciu mikroprzedsiębiorstw o różnych profilach działalności (samiych mężczyznach w przedziale wiekowym 30-60 lat, oznaczonych poniżej jako Przedsiębiorcy od A do J). Miało ono na celu uzyskanie informacji od dyrektorów firm na temat ich przedsiębiorstw. Zadano sześć

⁶⁵ Koszarek M., Milewski G., Rybacka M., Szultka S.: Analiza czynników konkurencyjności sektora MŚP w Polsce. IBnGR, Gdańsk 2008, s. 24.

⁶⁶ Wierzbic A.: op.cit., s. 23.

przedstawionych poniżej pytań. Pierwsze pytanie brzmiało: Dlaczego wybrał Pan mikroprzedsiębiorstwo jako rodzaj działalności?

PRZEDSIĘBIORCA A: Moja firma nie jest dużym przedsiębiorstwem. Zatrudnia obecnie sześciu pracowników, z których każdy ma jasno sprecyzowane zadania i świetnie je realizuje, w związku z tym nie mam potrzeby zatrudniania nowych osób i rozbudowywania się. Jeśli chodzi o obroty również kwalifikują mnie one jako mikroprzedsiębiorcę.

PRZEDSIĘBIORCA B: Myślę, że mikroprzedsiębiorstwa są najlepszym rozwiązaniem dla osób, które dopiero zaczynają rozkręcać działalność i nie mają na tyle silnej pozycji na rynku, żeby zatrudniać więcej pracowników. Kto wie, może w przyszłości moja firma będzie się na tyle rozwijać, że ją rozbuduję.

U niemal wszystkich badanych przedsiębiorców pojawiała się ta sama odpowiedź. Uznawali oni, że wybrali taki rodzaj działalności, ponieważ ich firma spełnia podstawowe wymogi formalne mikroprzedsiębiorstwa. Zatrudniają do 10 pracowników, natomiast ich roczny obrót netto nie przekracza 2 mln euro w skali roku. Niektórzy z badanych zaznaczali, że ich firmy cały czas się rozwijają i nie wykluczali, że w przyszłości mogą rozbudować swoje przedsiębiorstwa i przekształcać je w małe firmy.

Kolejne pytanie zadane badanym miało na celu ustalenie, jaka była geneza powstania ich przedsiębiorstwa. W wielu przypadkach sprawdziła się postawiona przeze mnie teza, że mikroprzedsiębiorstwa są w większości biznesami rodzinnymi. Pytanie zadane respondentom było następujące: Czy jest Pan założycielem swojej firmy, czy może jest ona biznesem rodzinnym?

PRZEDSIĘBIORCA H: Moja firma została założona przez mojego ojca 26 lat temu. Jest to biznes rodzinny, który ja również planuję przekazać w przyszłości moim dzieciom. Od najmłodszych lat są one do tego przygotowywane.

PRZEDSIĘBIORCA D: Przedsiębiorstwo, które prowadzę, należy do mojej rodziny od pokoleń. Jest przekazywane od czasów mojego pradziadka z ojca na syna. Każde dziecko jest od początku ukierunkowywane na studia o profilu związanym z prowadzoną przez nas działalnością, żeby mogło ją kontynuować.

PRZEDSIĘBIORCA B: Moją firmę założyłem sam. Było to siedem lat temu, w związku z tym uważam, że jest to przedsiębiorstwo stosunkowo młode. Nie mam dzieci, w związku z tym nie wiem, czy kiedyś będą chciały przejąć mój biznes i iść w moje ślady.

Jak wynika z zamieszczonych powyżej przykładowych odpowiedzi, w większości badanych przeze mnie przypadków okazywało się, że przedsiębiorstwo jest w danej rodzinie

od pokoleń. Przechodzi z ojca na syna i z takim zamierzeniem zostało założone. W dwóch na dziesięć badanych przypadków zdarzyło się, że założycielem firmy był sam właściciel. Kontynuując ten temat badani mieli odpowiedzieć na jeszcze jedno pytanie: Czy rodzina pomaga im w prowadzeniu działalności?

PRZEDSIĘBIORCA E: Moja żona bardzo często pomaga mi w prowadzeniu interesu. Przychodzi do firmy co drugi dzień. Zawsze wtedy, gdy jestem na wyjazdach. Zastępuje mnie we wszystkim i wiem, że mogę na nią liczyć w stu procentach. Z czystym sumieniem powierzam jej swoje obowiązki.

PRZEDSIĘBIORCA G: Na co dzień w prowadzeniu firmy pomagają mi syn i córka. Czasem zdarza się, że żona również przejmuje moje obowiązki, ale w większości przypadków robią to dzieci.

PRZEDSIĘBIORCA A: Mój syn jest ze mną w pracy niemal codziennie i prowadzimy firmę razem. Można powiedzieć, że jesteśmy partnerami w biznesie i powoli przejmuje on wszystkie moje obowiązki.

PRZEDSIĘBIORCA D: Prowadzę moją firmę samodzielnie.

Po przeprowadzeniu analizy odpowiedzi wszystkich badanych przedsiębiorców jasno widać, że bardzo często wykorzystują oni relacje rodzinne w prowadzeniu swojej działalności. Można wręcz stwierdzić, że w wielu przypadkach dzieci są prawą ręką swoich ojców – właścicieli firm i wyręczają ich w wielu obowiązkach. Taka interakcja jest niezbędna do właściwego funkcjonowania mikroprzedsiębiorstwa. Po przeprowadzeniu badania relacji przedsiębiorców z ich rodziną, kolejne pytanie miało na celu znalezienie odpowiedzi, czy dana firma jest odpowiedzialna społecznie i w jaki sposób realizuje tę koncepcję. Pytanie brzmiało następująco: Czy Państwa przedsiębiorstwo funkcjonuje według koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu? Jeśli tak, to proszę o podanie przykładu, na czym polega jej realizowanie. Poniżej przedstawiam cztery typy najczęściej pojawiających się odpowiedzi.

PRZEDSIĘBIORCA C: Zawsze starałem się, żeby moje przedsiębiorstwo było otwarte i działało odpowiedzialnie. Myślę, że tak właśnie jest. Przy każdej okazji rozmawiam ze swoimi pracownikami, pytam ich o zdanie, poradę i liczę się w wielu sytuacjach z ich opinią. Uważam, że pracownicy są najcenniejszym kapitałem przedsiębiorstwa. Dlatego nasze wewnętrzne relacje opierają się na silnej współpracy. Ważne jest dla mnie również tworzenie trwałej więzi z klientami.

PRZEDSIĘBIORCA I: Moja firma często uczestniczy w wielu akcjach społecznych. Co roku na święta fundujemy paczki dla najbardziej potrzebujących dzieci z naszej miejscowości. Przeznaczam

również pewne kwoty na rzecz fundacji wspierającej leczenie niepełnosprawnych dzieci i ochrony lokalnego środowiska. Jest to dla mnie bardzo ważna kwestia.

PRZEDSIĘBIORCA F: Szczerze mówiąc nie słyszałem o tej koncepcji.

PRZEDSIĘBIORCA B: Do tej pory idea społecznej odpowiedzialności biznesu nie była u mnie w firmie specjalnie stosowana, jednak w przyszłości będę chciał ją wdrożyć.

Jak widać na poziomie deklaratywnym, około połowy badanych przedsiębiorców czynnie angażuje się we wdrażanie zasad biznesu odpowiedzialnego społecznie u siebie w firmie. Część z nich nie wie, czym jest sama koncepcja i czy zajmie się kiedykolwiek związaną z nią problematyką. Pozostali badani w najbliższym czasie zamierzają wdrożyć zasady koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu do swojego przedsiębiorstwa, ponieważ do tej pory nie mieli z nią styczności. Sytuacja ta prawdopodobnie wynika z niezrozumienia korzyści, jakie daje przedsiębiorstwu działanie zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności.

Ostatnie pytanie podejmowało próbę rozpoznania, jakie jest podejście badanych przedsiębiorców do wprowadzania w swojej firmie innowacji. Brzmiało: jakie jest Pana podejście do wprowadzenia w swoim przedsiębiorstwie innowacji?

PRZEDSIĘBIORCA A: Ponieważ od lat współpracuję z niewielką grupą klientów i dobrze ta relacja funkcjonuje, nie sądzę, żeby wprowadzenie w moim przedsiębiorstwie innowacji było potrzebne. Jestem osobą dość konserwatywną w tym temacie.

PRZEDSIĘBIORCA D: Moja branża charakteryzuje się tym, że dobrze jest, jeśli przedsiębiorca co jakiś czas wprowadza do asortymentu oferowanego przez jego firmę coś nowego. „Innowacja” to może za duże słowo, jednak nowości zawsze przyciągają klientów i są mile widziane. Co jakiś czas staram się je wprowadzać, jednak nie robię tego często.

PRZEDSIĘBIORCA J: Uważam, że dla przedsiębiorczych firm innowacyjność jest obowiązkiem. W ostatnich czasach nieustannie pojawiają się nowe technologie, a konkurencja stale się nasila. W takiej sytuacji myślę, że przedsiębiorstwo, które nie wprowadza zmian, może upaść.

Jak wynika z kilku przytoczonych odpowiedzi, pewna grupa przedsiębiorców funkcjonuje zgodnie z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu i robi to świadomie. Wie doskonale, na czym ona polega i podaje jej przykłady. Kolejna grupa nie do końca rozumie sens koncepcji i nie wykazuje żadnego zainteresowania tematem. Pozostali badani planują wprowadzenie społecznej odpowiedzialności biznesu do swoich firm w najbliższej przyszłości, ponieważ do tej pory tego nie zrobili. Wyraźnie zainteresowali się tą kwestią i już o niej słyszeli.

Na koniec właścicielom firm zostało zadane pytanie, czy maksymalizacja zysku jest ich głównym celem? Poniżej przedstawiam trzy przewijające się najczęściej typy odpowiedzi:

PRZEDSIĘBIORCA C: Oczywiście, im większy zysk, tym lepiej. Jest to bardzo ważny cel każdego przedsiębiorcy i zmierzamy do niego we wszystkich swoich działaniach. W mojej opinii jest to podstawowa sprawa.

PRZEDSIĘBIORCA G: Nie ukrywam, że maksymalizacja zysku jest bardzo ważną kwestią. Jednak zdarzało mi się zrezygnować z zysku na rzecz utrzymania pozycji na rynku. Obecnie konkurencja we wszystkich branżach jest tak silna, że czasem trzeba się poświęcić „w imię większego dobra”.

PRZEDSIĘBIORCA I: Zdarza się, że na pierwszym planie stawiam rozwój firmy i jej dobro, a zysk schodzi wtedy na dalszy plan.

Jak wynika z powyższych odpowiedzi, u badanych po raz kolejny wyklarowały się trzy dominujące postawy. Pierwsza (największa) grupa przedsiębiorców bezsprzecznie uznała, że dążenie do zysku jest dla nich kwestią elementarną. Druga grupa jest w stanie poświęcić zysk na rzecz pozycji firmy na rynku, jednak zdarza się to w pojedynczych przypadkach. Ostatnia część badanych twierdzi, że dobro przedsiębiorstwa jest dla nich najważniejsze. Zysk jest wtedy kwestią drugoplanową.

4.2. Wnioski z przeprowadzonych badań

Przedstawione powyżej pytania poprzedzone były badaniami literaturowymi. Po przeprowadzeniu wywiadów z dziesięcioma losowo wybranymi mikroprzedsiębiorcami można przedstawić ich podsumowanie. Wnioskowanie empiryczne powstało na podstawie miesięcznego procesu badawczego. Wyniki badań zawierają pewne uogólnienia. W większości przypadków w odpowiedziach powtarzały się te same treści i wnioski, w związku z czym powstało nasycenie teoretyczne. Wybrane zostały najciekawsze (w przekonaniu autorki) cytaty z odpowiedziami badanych. Analizując kolejno każde z sześciu pytań, można dojść do następujących wniosków: mikroprzedsiębiorcy wybierają taki, a nie inny rodzaj działalności, ponieważ jest to podmiot, od którego najłatwiej zacząć. Spełniają oni także wymogi formalne znajdujące się w definicji mikroprzedsiębiorstwa, dlatego jako takie klasyfikują swoje firmy. Nie wykluczają jednak możliwości przyszłego rozwoju i przekształcenia swoich przedsiębiorstw. Jeśli chodzi o kwestię, w jaki sposób powstała ich firma, to w większości przypadków stanowi ona biznes rodzinny, a nawet pokoleniowy. Zdarzają się oczywiście przypadki, w których właściciel firmy jest równocześnie jej założycielem, są one jednak dużo rzadsze. W wielu biznesach przedsiębiorcom pomaga ich rodzina. Żona, córka czy syn – to osoby najbardziej zaufane,

którym właściciele firm nie boją się powierzyć swoich interesów. Wiele przedsiębiorstw funkcjonuje na podstawie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Przejawia się ona w: zwracaniu dużej uwagi na sugestie pracowników, uczestniczenie w akcjach charytatywnych i społecznych, wspieranie ochrony środowiska i potrzebujących osób. Niektóre przedsiębiorstwa nie działają na zasadach odpowiedzialnych lub nie zdają sobie z tego sprawy. Jest również trzecia grupa, która zamierza wdrożyć tego typu koncepcje w przyszłości, ponieważ do tej pory nie miała z nią wiele wspólnego. Możemy tu zaobserwować trend dążenia do wprowadzania coraz lepszych rozwiązań w swojej firmie i chęci polepszenia jej wizerunku. W kwestii innowacji również widzimy odmienne podejścia wśród respondentów. Po analizie wszystkich odpowiedzi udzielonych przez objętych badaniem właścicieli firm, wyraźnie widać pewną prawidłowość. Przedsiębiorcy dzielili się na trzy grupy. Pierwsza z nich to osoby o staroświeckich poglądach, które nie uznają innowacji i nie planują jej wprowadzać do swoich firm, ponieważ funkcjonują one na starych, sprawdzonych zasadach i (jak twierdzą właściciele) nie potrzebują żadnych zmian. Druga grupa to osoby, które z jednej strony widzą potrzebę wprowadzania zmian (często określanej jako „nowości”) w swoich firmach, jednak nie stosują ich zbyt często. Ostatnia grupa to przedsiębiorcy, którzy są przekonani, że wprowadzenie nowych produktów/usług w ich firmach jest koniecznością. Jest to spowodowane dużą konkurencyjnością na rynku i rozwojem technologicznym, który to wymusza. Ostatnią kwestią było ustalenie, jak ważną sprawą dla przedsiębiorców jest zysk. Tutaj także zarysowały się trzy różne podejścia – od absolutnego przekonania o jego nadrzędnej wartości, po przedkładanie nad zysk kwestii związanych z rozwojem firmy i jej pozycji na rynku.

Niniejsze badania miały na celu zebranie wiedzy na temat tego, co charakteryzuje współczesnych losowo wybranych mikroprzedsiębiorców. Ważną sprawą było uzyskanie wiedzy na temat tego, jak podchodzą oni do opisanych powyżej kwestii. Przeprowadzone wywiady stanowią krótki przegląd popularnych w mikrofirmach poglądów i mogą być wstępem do dalszych badań nad trendami popularnymi w środowisku polskich mikroprzedsiębiorców.

5. Zakończenie

Powyższy artykuł miał na celu próbę zdefiniowania pojęcia „przedsiębiorstwo” oraz „mikroprzedsiębiorstwo” na podstawie przeglądu współczesnej fachowej literatury. Podsumowując, należy podkreślić, że przedsiębiorstwa są obecnie podstawowymi podmiotami gospodarki każdego kraju. Charakteryzuje je kilka wspólnych cech, do których należą: prowadzenie działalności gospodarczej (jak wynika z moich badań w większości

przypadków) dla zysku, stałe, wyraźne cele wynikające z analizy otoczenia własnych mocnych i słabych stron oraz pozycji przedsiębiorstwa na rynku, samodzielność decyzyjna w ramach obowiązującego w danym kraju systemu prawnego i ekonomicznego oraz działalność na własne ryzyko.

O przedsiębiorstwie można mówić w kilku kategoriach: ekonomicznej, prawnej oraz organizacyjnej. Do wartych wspomnienia składników przedsiębiorstwa należą: nazwa przedsiębiorstwa, dzięki której jest ono rozpoznawane na rynku, własność nieruchomości lub ruchomości, prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy nieruchomości, wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne, tajemnice przedsiębiorstwa, księgi i wszelkie dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Nie należy utożsamiać pojęcia „przedsiębiorstwo” z pojęciem „przedsiębiorca”, gdyż są to dwa różne podmioty. Dokładnie definiuje je art. 4 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej oraz Kodeks cywilny (art. 33¹ § 1 k.c.).

Niewątpliwie przedsiębiorca ma kilka cech, co do których twórcy wspomnianych w tekście definicji pojęcia są zgodni. Przedsiębiorcami mogą być wyłącznie osoby pełnoletnie, które nie zostały ograniczone w swojej zdolności do czynności prawnych. Zwykle podejmują strategiczne decyzje, realizując wytyczone przez siebie cele, aktywnie angażują się w bieżącą działalność organizacji. W mniejszych firmach przedsiębiorca jest głównym motorem każdego przedsięwzięcia. Spełnia wszystkie istotne funkcje przedsiębiorcze, a także jest osobą uprawnioną do podejmowania strategicznych decyzji gospodarczych.

Przedsiębiorstwa mniejsze szybciej i łatwiej dostosowują się do potrzeb rynku, wpływają na poziom konkurencyjności gospodarki. W wielu krajach definicje MMSP różnią się od siebie, stąd wniosek, że podział na przedsiębiorstwa mikro, małe, średnie i duże jest często związany z polityką gospodarczą danego państwa. Istnieje także podział pod względem kryteriów ilościowych i jakościowych. Jeśli chodzi o kryteria ilościowe podziału firm w Polsce, to są one zbieżne z podziałem przedsiębiorstw stosowanym w Unii Europejskiej. Prawne podstawy do funkcjonowania MMSP na warunkach poszanowania równości i konkurencji zapewnia ustawa o swobodzie działalności gospodarczej (art. 103).

Warto również podsumować rozważania na temat mikroprzedsiębiorstw w Polsce. Są to firmy zatrudniające do 9 pracowników (mniej niż 10) i nie przekraczające rocznego obrotu netto w kwocie 2 mln euro. Cechuje je jednolity profil i działalność w określonej branży. Powstają z reguły w miejscach zamieszkania założycieli (gdzie płacą oni podatki) i wykorzystują kapitał własny, w mniejszym zaś stopniu kredyty i pożyczki. Są na ogół samodzielne i autonomiczne. Często mają jednego kluczowego dostawcę lub odbiorcę, z którym następuje personalizacja stosunków. Polegają one na kontaktach składających się na osobistą sieć powiązań. Cechuje je dbałość o tworzenie dobrego wizerunku własnej firmy.

Negatywnym aspektem mikroprzedsiębiorstw może być niebezpieczeństwo przekształcenia się firmy w organizację pomagającą krewnym.

Małe firmy to przedsiębiorstwa, które zatrudniają średniorocznie mniej niż 50 pracowników oraz osiągają roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający 10 mln euro. Średnie firmy natomiast różnią się tym, że zatrudniają średniorocznie mniej niż 250 pracowników oraz osiągają roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający 50 mln euro.

Zasadniczą kwestią w stosunku do różnych rodzajów przedsiębiorstw jest sposób zarządzania. Wymaga on dużej wiedzy menadżerskiej ze strony właścicieli czy dyrektorów/prezesów. Zarządzanie małym i dużym przedsiębiorstwem różni się między sobą znacząco, jednak w obydwu przypadkach budowanie sprawnego systemu kontroli jest konieczne.

Rozwój sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw charakteryzują trzy fazy rozwoju: wstępna faza rozwoju przedsiębiorczości (przed 1989 rokiem), faza eksplozji przedsiębiorczości (1989-2004 rok) oraz faza samoregulacji rynkowej (od 1995 roku).

Analiza danych z lat 2010-2011 pokazuje, że w strukturze ilościowej dominującą pozycję zajmowały w Polsce mikroprzedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa małe (bez mikro) stanowiły populację dużo liczniejszą niż przedsiębiorstwa średnie. Najmniej znaczącą grupą przedsiębiorstw w ujęciu ilościowym są przedsiębiorstwa duże. Największą dynamiką na przestrzeni lat charakteryzowała się liczba małych przedsiębiorstw i mogliśmy zaobserwować w tym obszarze trend rozwojowy.

Zrealizowane zostały badania, które wykonano na dziesięciu mikroprzedsiębiorcach pochodzących z różnych województw, o różnych profilach działalności. Jako metodę badawczą zastosowano metody jakościowe, narzędzia badawcze to wywiady swobodne pogłębione. Zadano sześć pytań, z których wnioski przedstawiono powyżej. Mogą one stanowić ciekawą bazę do dalszych badań na tej płaszczyźnie.

Niniejszy artykuł stanowi zbiór współczesnej literatury na temat MMSP w Polsce. Autorka ma nadzieję, że był ciekawą i pouczającą lekturą, dzięki której czytelnik zapoznał się z podstawowymi definicjami, podziałem i charakterystyką mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce oraz najnowszymi badaniami prowadzonymi na mikroprzedsiębiorcach.

Bibliografia

1. Allkorn J., Strużycki M.: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw handlowych i usługowych*. PWE, Warszawa 1994.
2. Banik J.: *Dylematy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*. „Gospodarka Narodowa”, nr 3, 2002.
3. Bierć A.: *Sytuacja prawna przedsiębiorcy. Zagadnienia wybrane*. „Studia Prawnicze”, 1998.
4. Bławat F.: *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*. Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003.
5. Czajkowska A.: *Wpływ mikroprzedsiębiorstw na rozwój gospodarki regionalnej na przykładzie województwa łódzkiego*, [w:] Bielawska A., Szopa A. (red.): *Strategie zarządzania mikro i małymi przedsiębiorstwami – Mikrofirma 2010*. Zeszyty Naukowe, nr 585, s. *Ekonomiczne Problemy Usług*, nr 50. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2010.
6. Czajkowska A.: *Kredytowanie przedsiębiorców indywidualnych. Specyfika, procesy, polityka*. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013.
7. Churchill N.C., Lewis V.L.: *The Five Stages of Small Business Growth*. „Harvard Business Review”, No. 8, 1988.
8. Daszkiewicz N., Wach K.: *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*. Uniwersytet Krakowski, Kraków 2013.
9. Drucker P.: *The Practice of Management*. Allied Publishers, Mumbai 2004 (reprint 1995).
10. Dukaj I.: *Style kierowania w małej firmie*. e-bookowo, 2008.
11. Duraj L.: *Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa*. PWE, Warszawa 2000.
12. Fournier C.: *Techniki zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem*. Poltext, Warszawa 1993.
13. Glinka B., Gudkova S.: *Małe przedsiębiorstwa w sytuacjach kryzysowych*. „Problemy Zarządzania”, nr 2, 2003.
14. Gudkova S.: *Rozwój małych przedsiębiorstw*. Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa 2009.
15. Gruszecki T.: *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*. Cedor, Warszawa 1994.
16. Horsz P., Antoniuk J.R. (red.): *Podstawy prawne przedsiębiorczości*. Wolters Kluwer business, Warszawa 2007.
17. Kamerschen D.R., McKenzie R.B., Nardinelli C.: *Ekonomia*. Fundacja Gospodarcza „Solidarność”, Gdańsk 1991.
18. Kopycińska D. (red.): *Teoretyczne aspekty gospodarowania*. Katedra Mikroekonomii, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2005.

19. Koszarek M., Milewski G., Rybacka M., Szultka S.: Analiza czynników konkurencyjności sektora MŚP w Polsce. IBnGR, Gdańsk 2008.
20. Kozuch A., Dyhdalewicz A.: Ekonomia i organizacja przedsiębiorstwa. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2004.
21. Lange O.: Ekonomia polityczna. T. 1. PWN, Warszawa 1959.
22. Lange O.: Ekonomia polityczna, cz. 1 i 2. PWN, Warszawa 1980.
23. Lichtarski J. (red.): Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1999.
24. Łukasik P.: Innowacyjność sektora MSP na tle polskiej gospodarki, www.exporter.pl, 08.01.2008.
25. Łuczka T.: Kapitał obcy w małym i średnim przedsiębiorstwie. PWN, Warszawa-Poznań 2001.
26. Marcinkowska M.: Kapitał intelektualny MSP, [w:] Duraj J. (red.): Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2008.
27. Marciniak S. (red.): Makro i mikroekonomia. Podstawowe problemy. PWN, Warszawa 1999.
28. Materna G.: Pojęcie przedsiębiorcy w polskim i europejskim prawie ochrony konkurencji. Wolters Kluwer, Warszawa 2009.
29. Mendel Z.: Własna firma w praktyce. Difin, Warszawa 2012.
30. Misiąg F.: Pomoc publiczna dla małych i średnich przedsiębiorstw, mity i rzeczywistość. PWE, Warszawa 2005.
31. Nasiłowski M.: System rynkowy. Key Text, Warszawa 1998.
32. Piasecki B.: Małe przedsiębiorstwa w procesie transformacji, [w:] Przedsiębiorstwo w procesie transformacji rynkowej. Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń 1993.
33. Potocki A. (red.): Współczesne tendencje w zarządzaniu. Teoria i praktyka. Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu, Chorzów 2000, s. 20 za: Schumpeter J.: Teoria rozwoju gospodarczego. PWN, Warszawa 1962.
34. Poznańska K., Schulte-Zurhausen M.: Kryteria klasyfikacji małych i średnich przedsiębiorstw. „Przegląd Organizacji”, nr 2, 1994, podano za: Matejun M. (red.): Zarządzanie małą i średnią firmą w teorii i ćwiczeniach. Difin, Warszawa 2012.
35. Rakowski J.: Handel w Polsce w latach 1998-2000. Polskie Centrum Handlowo-Usługowe S.A., Warszawa 2001.
36. Sainte M.G.: Kierowanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Poltext, Warszawa 1995.
37. Sarnecki W.: Przedsiębiorca a niepewność. Materiały VI Szkoły Ekonomii. Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 1986.
38. Sieradzka M., Zdyb M.: Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Komentarz. Wolters Kluwer, Warszawa 2013.

39. Stachowiak Z.: *Ekonomia. Zarys podstawowych problemów*. Warszawa 1998.
40. Steinmann H., Schreygg G.: *Zarządzanie*. Politechnika Wroclawska, Wrocław 2009.
41. Strużycki M. (red.): *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*. PWE, Warszawa 2004.
42. Targalski T.: *Przedsiębiorczość – istota i znaczenie*, [w:] Targalski J., Francik A. (red.): *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*. C.H. Beck, Warszawa 2009.
43. Walters J.S.: *Big Vision, Small Business. 4 Keys to Success without Growing Big*. Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2000.
44. Wierzbic A.: *System zarządzania oparty na znormalizowanych wymaganiach jako czynnik wzrostu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*. Uniwersytet Ekonomiczny, Wrocław 2013.
45. Zienkowski L.: *Wkład małych i średnich przedsiębiorstw w rozwój gospodarki polskiej*. PARP, Warszawa 1997.
46. „Przegląd Organizacji”, nr 2, 1994, podano za: Matejun M. (red.): *Zarządzanie małą i średnią firmą w teorii i ćwiczeniach*. Difin, Warszawa 2012.
47. European Commission 2003, Commission Recommendation 2003/361/EC of 6 May 2003, Annex, Definition of Micro-, Small and Medium -sized Enterprises adopted by the Commission”, OJL 124 of 20.5.2003, Article 1, p. 39. Tekst polski: Zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji przedsiębiorstw mikro-, małych i średnich (notyfikowane jako dokument nr C(2003) 1422), Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, L 124, 20.5.
48. *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej 2003-2007*. GUS, Warszawa 2008.
49. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*. PARP, Warszawa 2002.
50. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2002-2003*. PARP, Warszawa 2004.
51. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, PARP, Warszawa 2009.
52. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807.
53. Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, Dz.U. 1988, nr 41, poz. 324.
54. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz.U. 1964, nr 16, poz. 93, art. 55.