PERSPEKTYWY INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ

Wanda KARPIŃSKA-MIZIELIŃSKA*
Tadeusz SMUGA*

**Bariery funkcjonowania
małych i średnich przedsiębiorstw na jednolitym rynku
europejskim w ocenie przedsiębiorców**

Uwagi wstępne

Z perspektywy polskich przedsiębiorstw integracja z Unią Europejską oznacza wiele zmian, w dotychczasowych warunkach działania, często jeszcze nie w pełni uświadamianych. Przedsiębiorstwa będą musiały dostosować się do obowiązujących w UE norm i standardów (technicznych, bezpieczeństwa, weterynaryjnych oraz w zakresie ochrony środowiska) nie tylko w celu – jak dotychczas – eksportu swoich produktów na rynek UE, ale także dla zapewnienia sobie możliwości sprzedaży na rynku polskim, który stanie się częścią jednolitego rynku europejskiego. Sytuacja ta wymusi w podmiotach gospodarczych uruchomienie procesów adaptacyjnych do nowych warunków działania, a w konsekwencji ich restrukturyzację. Doświadczenia krajów, które weszły w skład Unii Europejskiej wskazują jednak, że integracja (zwłaszcza w pierwszym okresie) wiąże się z ponoszeniem przez podmioty gospodarcze znacznych kosztów, co w konsekwencji może się przyczyniać do osłabienia ich konkurencyjności. Dotyczy to zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw. Kwestia ta ma szczególne znaczenie w warunkach polskich m.in. z tego względu, że sektor ten znajduje się jeszcze we wczesnym stadium rozwoju i cechuje się niskim poziomem stabilności (potwierdza to zarówno wielkość firm, jak i ich ograniczone zasoby finansowe oraz kadrowe). Dlatego też dla rozwiązania problemów, które po integracji ujawnią się w funkcjonowaniu tych podmiotów niezbędne będzie uzyskanie wsparcia ze strony polityki gospodarczej, w tym również odpowiednie wykorzystanie pomocy publicznej.

Problematyka postrzegania przez przedsiębiorców perspektyw na rynku Wspólnoty Europejskiej oraz wpływu pomocy publicznej na konkurencyjność przedsiębiorstw stanowiła przedmiot analiz przeprowadzonych w projekcie

* Autorzy są pracownikami Instytutu Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego w Warszawie. Artykuł wpłynął do redakcji w październiku 2003 r.

badawczym, wyniki którego prezentujemy w tym artykule¹. W jego ramach przeprowadzono badania empiryczne w dwóch grupach przedsiębiorstw: a) eksporterów (próba ogólnokrajowa) oraz b) w celowo dobranych przedsiębiorstwach z dwóch województw o zróżnicowanym poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego (pomorskiego i podlaskiego)². W ramach projektu dokonano również przeglądu podobnych analiz, prowadzonych w ostatnich latach przez inne ośrodki badawcze. Zebrany w ten sposób materiał empiryczny pozwolił m.in. na identyfikację: oczekiwań przedsiębiorców dotyczących integracji z UE, opinii na temat barier funkcjonowania przedsiębiorstw i działań podejmowanych, aby je przezwyciężyć, ocen stosowanych instrumentów wspierania rozwoju sektora MSP oraz oczekiwanych form pomocy.

Szanse i zagrożenia na rynku Unii Europejskiej

Analiza wyników badań empirycznych dotyczących funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw pozwala na wyodrębnienie grup zmiennych determinujących zachowania tych podmiotów, które mogą okazać się istotne w perspektywie działania na jednolitym rynku. Zaliczyć do nich należy przede wszystkim cechy: 1) osobowe (indywidualne) menedżerów (lub właścicieli), a zwłaszcza ich zdolność do wykorzystania szans, 2) opisujące sytuację finansową przedsiębiorstwa oraz 3) charakteryzujące firmę (np. jej wizerunek, elastyczność struktury, konkurencyjny i dobry jakościowo produkt, innowacyjność, niskie koszty produkcji) [Tavakol, Mckieran, 1999]. Za szczególnie istotne na tym obszarze uznać należy zmienne charakteryzujące menedżerów, ich przedsiębiorczość, wiedzę, aktywność w poszukiwaniu nowych możliwości oraz w dążeniu do uzyskania konkurencyjnej pozycji na rynku. Jako determinanta procesów decyzyjnych istotny również jest stan świadomości przedsiębiorców, a zwłaszcza ich opinie o procesie integracji i przekonania na temat niezbędnych przedsięwzięć, których podjęcie zapewniłoby przedsiębiorstwom efektywne działanie na rynku Wspólnoty Europejskiej.

Postrzeganie korzyści i zagrożeń funkcjonowania na rynku europejskim stanowiło jeden z głównych problemów badawczych prezentowanego projektu. Badania realizowano w okresie ożywionej (ze względu na referendum akcesyjne) dyskusji, a także relatywnie szerszej informacji w mediach na temat

¹ Artykuł przygotowany na podstawie prac prowadzonych przez autorów w IKCHZ w Warszawie w ramach projektu badawczego KBN nr 2H 02C 041 23 pt. *Wpływ instrumentów pomocy publicznej na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw. Polska-Unia Europejska. Studium Porównawcze*. Projekt jest realizowany w latach 2001-2003. Wstępne wyniki badań zaprezentowano na międzynarodowej konferencji naukowej na temat: *Gospodarka oparta na wiedzy. Edukacja – Innowacje – Infrastruktura*, zorganizowanej we wrześniu 2003 r. w Warszawie przez Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego oraz Komitet Nauk Organizacji i Zarządzania PAN.

² Badania przeprowadzono w czerwcu i lipcu 2003 r. za pomocą ankiety adresowanej do przedsiębiorstw, zatrudniających od 10 do 249 pracowników. Łącznie przebadano 267 podmiotów.

konsekwencji dla Polski integracji z UE. Fakt ten mógł w znacznym stopniu wpłynąć na zarejestrowany w badaniach obraz opinii respondentów.

Analizowana populacja przedsiębiorców w ocenie przewidywanych skutków integracji Polski z Unią Europejską była podzielona na dwie, prawie równo liczne grupy (po około 40% wskazań). Pierwsza z nich była nastawiona optymistycznie wobec skutków tego procesu i wyrażała pogląd, że integracja przyczyni się do rozwoju zarówno polskiej gospodarki, jak i przedsiębiorstw. Takie optymistyczne opinie znacznie częściej były formułowane w podmiotach średnich niż małych, częściej również w województwie pomorskim niż podlaskim. Druga z tych grup obejmowała natomiast przedsiębiorców, którzy nie potrafili ocenić skutków tego procesu i obawiali się przyszłości, a ich postawy cechowała znaczna niepewność. Nie potrafili więc przewidzieć skutków integracji dla funkcjonowania gospodarki, a także kierowanych przez siebie przedsiębiorstw. Tego typu wypowiedzi zdecydowanie częściej obserwowane były w grupie przedsiębiorców małych niż średnich. Różnice pojawiły się również pomiędzy regionami – opinie takie 2-krotnie częściej wyrażano w województwie podlaskim niż pomorskim.

Otwarci przeciwnicy integracji w badanej populacji byli nieliczni; liczba respondentów przekonanych o tym, że proces ten osłabi polską gospodarkę i pozycję polskich przedsiębiorstw w stosunku do podmiotów z UE we wszystkich analizowanych populacjach była zbliżona i wyniosła około 14% (trochę częściej opinie takie formułowano w województwie pomorskim niż w podlaskim, a także w podmiotach małych niż średnich). Nieliczna również była grupa przedsiębiorców (około 6%) przekonanych, że proces ten nie będzie miał większego wpływu na funkcjonowanie polskiej gospodarki oraz przedsiębiorstw. Zaobserwowano jednak, że postawy, których cechą jest niepewność co do przyszłości, a w rezultacie obawy formułowane pod adresem integracji z UE przede wszystkim obserwowano w regionach o niższym poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego, a także w podmiotach małych.

Wypowiadając się na temat funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku europejskim respondenci wskazywali zarówno szanse, jak i zagrożenia. Wypowiedzi na temat korzyści, jakie mogą uzyskać przedsiębiorstwa w konsekwencji przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, cechowało znaczne rozproszenie (tabl. 1).

Analiza informacji zaprezentowanych w tablicy 1 pokazuje, że we wszystkich badanych grupach podmiotów wśród szans najczęściej wymieniano: zwiększenie rynku zbytu, nowe możliwości uzyskania pomocy finansowej, większe możliwości kooperacyjne, stabilizację warunków działania oraz większe możliwości pozyskania kapitału. W próbie regionalnej znaczący również był udział respondentów wskazujących na większy dostęp do nowych technologii. Część przedsiębiorców oczekiwała ponadto wzrostu eksportu, zniesienia barier dostępu do rynków zagranicznych, a także zmniejszenia obciążeń podatkowych. Warto ponadto zauważyć, że hierarchia korzyści we wszystkich analizowanych w badaniach populacjach podmiotów była podobna. Zbliżone były również częstotliwości wskazań na poszczególne kategorie odpowiedzi. Nie zaobserwowano także istotnych różnic w tym zakresie pomiędzy przedsiębiorstwami

małymi i średnimi. Korzyści dostrzegano więc w otwarciu granic i większych możliwościach nawiązywania kontaktów. Na szczególną uwagę zasługuje silnie zaznaczone oczekiwanie na zwiększenie się możliwości uzyskania pomocy finansowej (w tym również inwestycji kapitałowych). Wydaje się, że to właśnie dyskusja przed referendum wielu respondentom uświadomiła istnienie wielu z tych szans. Podkreślanie w toku tej dyskusji, jako argumentu na rzecz członkostwa w UE korzyści finansowych, sprzyjało utrwaleniu się w świadomości przedsiębiorców przekonania, że wymierne efekty finansowe należeć będą do najważniejszych konsekwencji tego procesu.

Tablica 1

Najważniejsze szanse dla przedsiębiorstw w związku z przystąpieniem Polski do UE (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
zwiększenie rynku zbytu	95	35,6	35,2	37,3	35,9	35,2
nowe możliwości uzyskania pomocy finansowej	89	33,3	32,9	35,3	31,7	35,2
zwiększenie możliwości kooperacyjnych	79	29,6	32,9	15,7	26,0	33,6
stabilizacja warunków działania	60	22,5	24,5	7,8	19,7	25,6
zwiększenie dostępu do nowych technologii	51	19,1	16,7	29,4	17,6	20,8
zwiększenie możliwości pozyskania kapitału	37	13,8	14,4	11,8	12,7	15,2
wzrost eksportu	36	13,5	15,3	5,9	14,1	12,8
wzrost popytu na wyroby	32	12,0	11,1	15,7	12,7	11,2
zniesienie barier dostępu do rynków zagranicznych	30	11,2	12,0	13,7	9,9	12,8
zmniejszenie obciążeń podatkowych	26	9,7	10,2	7,8	12,0	7,2
uzyskanie certyfikatów na rynku UE	25	9,4	8,9	7,8	9,2	9,6
zwiększenie możliwości wyboru dostawców	25	9,4	9,7	3,9	9,2	9,6
poprawa sytuacji finansowej	24	9,0	6,5	19,6	11,3	5,6
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: Dane przedstawione w tablicy nie sumują się do 100%, gdyż respondenci odpowiadający na to pytanie kwestionariusza ankiety mieli możliwość wyboru więcej niż jednej (nie więcej jednak niż trzech) kategorii odpowiedzi.

Trwały i powszechny element ocen formułowanych przez przedsiębiorców na temat integracji stanowi postrzeganie tego procesu w kategoriach zagrożeń. Co więcej, badani byli znacznie bardziej jednomyślni w wyborze zagrożeń niż szans. Potwierdza to fakt, że na najważniejsze z wymienianych zagrożeń wskazywało blisko dwukrotnie więcej respondentów niż na pierwszą na liście korzyść (tabl. 2).

Najbardziej obawiano się wzrostu konkurencji na rynku, a szczególnie silnie obawy te ujawniły się w badaniu regionalnym. Częstotliwość wskazań na tę kategorię była wielokrotnie wyższa niż na inne kategorie odpowiedzi. W grupie istotnych w ocenie badanych zagrożeń (od 1/3 do 1/5 wskazań) znalazły się również: wzrost biurokracji, wzrost cen i kosztów produkcji, nadmierny napływ towarów z importu, a także odpływ najlepszych fachowców do pracy w innych krajach UE. Nieliczni badani obawiali się ponadto spadku eksportu, wzrostu zadłużenia przedsiębiorstw, pojawienia się trudności w znalezieniu

niu odpowiednich pracowników, wzrostu podatków, a także spadku popytu. Analiza wypowiedzi badanych wskazuje, że przedsiębiorcy nie mają spójnego, uporządkowanego obrazu zagrożeń dla przedsiębiorstw wynikających z otwarcia rynku. Wskazuje to jednak głównie na niedostatek informacji i wiedzy badanych na temat ewentualnych skutków tego procesu. Stąd właśnie wynika skłonność do kojarzenia z nim wszystkich niekorzystnych zjawisk, które mogą pojawić się w działaniu przedsiębiorstw.

Tablica 2

Najważniejsze zagrożenia dla przedsiębiorstw związane z integracją z UE (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
wzrost konkurencji na rynku	181	67,8	63,0	88,2	67,6	68,0
wzrost biurokracji	91	34,1	34,3	33,3	36,6	31,2
wzrost cen	61	22,8	23,1	21,6	24,6	20,8
wzrost importu	60	22,5	22,7	21,6	21,8	23,2
wzrost kosztów produkcji	56	21,0	25,0	3,9	18,3	24,0
odpływ najlepszych fachowców do UE	48	18,0	17,6	19,6	18,3	17,6
obowiązywanie tych samych zasad działania co przedsiębiorców w UE	30	11,2	11,6	9,8	10,6	12,0
wzrost świadczeń socjalnych	20	7,5	6,5	11,8	8,5	6,4
działalność przedsiębiorstwa stanie się nieopłacalna	19	7,1	6,9	5,9	7,7	5,6
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Warto zauważyć, że zagrożenia i korzyści wymieniane w analizowanych badaniach są podobne do tych, które identyfikowano w badaniach prowadzonych w latach poprzednich przez inne ośrodki badawcze [Daszkiewicz, 2000]; [Dostosowanie..., 1999]. Prezentowane w artykule dane empiryczne sygnalizują natomiast pewien wzrost liczby badanych pozytywnie oceniających perspektyw polskich podmiotów gospodarczych w Unii Europejskiej, a także dostrzegających korzyści, jakie jednolity rynek może przynieść przedsiębiorstwom. Potwierdza to przypuszczenie, że dyskusja prowadzona przed referendum przyczyniła się do poszerzenia wiedzy menadżerów na temat działania na rynku europejskim, a zwłaszcza korzyści wynikających z członkostwa w UE.

W kontekście obaw związanych z integracją Polski z UE i postrzegania przez przedsiębiorców skutków tego procesu w kategoriach zagrożeń dla funkcjonowania a nawet egzystencji MSP, a z drugiej strony coraz bliższego momentu pełnego otwarcia rynku istotne jest ustalenie, czy badani podejmują działania mające na celu minimalizację zagrożeń oraz przygotowanie przedsiębiorstwa do funkcjonowania w nowych warunkach. Zebrane w badaniach wypowiedzi potwierdziły, że przybliżanie się momentu włączenia Polski do jednolitego rynku europejskiego wymusiło podjęcie takich działań³.

³ W badaniach realizowanych w latach poprzednich liczby przedsiębiorców deklarujących przygotowywanie przedsiębiorstwa do tego były znacznie niższe, por. [Janeczek, 2001].

Takie inicjatywy deklarowano w ponad 70% badanych podmiotów, podczas gdy ich brak w około 1/4 (grupa ta była najliczniejsza w badaniu regionalnym – ponad 40%). Działania tego typu podejmowały najczęściej podmioty średnie, a także eksporterzy. Różnice zaobserwowano również w przekroju regionalnym – w województwie pomorskim na brak takich działań wskazano w ponad połowie badanych podmiotów, podczas gdy w podlaskim zbiorowość ta była o około 17 pkt proc. mniejsza. Listę wymienianych przez przedsiębiorców działań zaprezentowano w tablicy 3.

Tablica 3

Działania podejmowane w celu minimalizacji zagrożeń na rynku UE (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
poprawa jakości wyrobów	83	31,1	33,3	21,6	26,8	36,0
obniżenie kosztów działalności	77	28,8	29,2	27,5	26,8	31,2
wprowadzenie nowego produktu	75	28,1	31,9	11,8	25,4	31,2
starania o certyfikaty, normy i standardy UE	64	24,0	28,2	5,9	14,9	34,4
modernizacja majątku	55	20,6	21,3	17,6	20,4	20,8
nawiązanie kontaktów z partnerami zagranicznymi	51	19,1	22,7	3,9	16,2	22,4
wykorzystanie Internetu	37	13,9	15,7	5,9	12,7	15,2
usprawnienie zarządzania	31	11,6	11,1	13,7	9,9	13,6
uruchomienie nowej działalności	23	8,7	8,3	9,8	12,0	4,6
obniżka cen na produkowane wyroby	19	7,1	6,9	7,8	6,3	8,0
komputeryzacja przedsiębiorstwa	19	7,1	6,0	11,8	5,6	8,8
zmiany w strukturze organizacyjnej	19	7,1	6,9	7,8	5,6	8,8
razem przedsiębiorstwa*	216	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

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

Zestaw tych działań były zróżnicowany regionalnie. W województwie pomorskim relatywnie często wskazywano jedynie na obniżenie kosztów działalności (dwukrotnie częściej niż na inne – następne w hierarchii kategorie odpowiedzi); pozostałe opinie były znacznie rozproszone i uzyskały stosunkowo

niewiele wskazań. W podlaskim natomiast równie często wymieniano poprawę jakości wyrobów, obniżkę kosztów oraz komputeryzację przedsiębiorstwa. Co więcej, wszystkie te kategorie wymieniano znacznie częściej niż w pomorskim. Nie musi to jednak oznaczać, że podmioty z pomorskiego były gorzej przygotowane do członkostwa, tym bardziej że wiele z nich wysoko oceniało swą pozycję na rynku. Możemy więc przypuszczać, że firmy te wiele z tych działań mogły podejmować w latach poprzednich.

Brak inicjatyw mających na celu przezwyciężenie barier i przygotowanie przedsiębiorstwa do funkcjonowania na rynku UE wyjaśniano na ogół brakiem środków finansowych (19%). Jedynie około 5% przedsiębiorców nie dostrzegało ich celowości ze względu na mocną pozycję przedsiębiorstwa na rynku. Część badanych deklarowała ich podjęcie w najbliższym okresie (6,0%). Pewne różnice zaobserwowano w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, podmioty małe częściej jako przyczynę braku działań wymieniały – brak środków finansowych, częściej również deklarowały ich podjęcie w najbliższym czasie.

Przedsiębiorcy wskazywali również czynniki, które powinny być spełnione, aby polskie przedsiębiorstwa mogły odnosić sukcesy na rynkach zagranicznych. Odpowiedzi badanych informują nas również o wzorcu (pożądanym modelu sprawnego przedsiębiorstwa) ukształtowanym w oparciu o własne doświadczenia wynikające z funkcjonowania na rynku zagranicznym, a także o kierunkach i strategii jego działania w przyszłości (tablica 4).

Tablica 4

Czynniki zapewniające sukces przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
obniżenie kosztów produkcji i pracy	88	33,0	34,3	27,5	28,2	38,4
powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym	86	32,2	32,9	29,4	28,9	36,0
dostęp do środków w ramach pomocy państwa	73	27,3	29,2	15,7	29,6	24,8
szeroka promocja i reklama	54	20,2	21,8	5,9	21,8	18,4
szybkie reagowanie na zmieniającą się sytuację na rynku	50	18,7	18,5	19,6	20,4	16,8
spełnienie norm i standardów UE	47	17,6	18,1	7,8	12,7	23,2
wdrożenie innowacji produktowych	46	17,2	18,5	11,8	16,2	18,4
zwiększenie dostępu do kredytów	44	16,5	17,1	13,7	21,1	11,2
wysoka jakość wyrobów	41	15,4	18,0	5,9	15,5	15,2
aktywne konkurowanie na rynkach zagranicznych	32	12,0	11,6	13,7	14,1	9,6
elastyczne zarządzanie	26	9,7	7,9	17,6	13,4	5,6
większy dostęp do nowoczesnych technologii	25	9,4	9,7	7,8	7,7	11,2
osłabienie kursu złotego	24	9,0	9,3	–	9,2	8,8
szerszy dostęp do informacji	22	8,2	8,3	9,8	9,2	7,2
razem przedsiębiorstwa*	267	–	102	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Wymieniane przez badanych przedsiębiorców czynniki zapewniające sukces na rynku zagranicznym były znacznie rozproszone. Znalazły się wśród nich zarówno przedsięwzięcia o charakterze mikroekonomicznym (np. obniżenie kosztów produkcji i pracy, powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym, szeroka promocja i reklama, szybkie reagowanie na zmieniającą się sytuację na rynku, wdrożenie innowacji produktowych, spełnienie norm i standardów UE, a także wysoka jakość wyrobów), jak i makroekonomicznym (np. dostęp do środków pomocy publicznej, zwiększenie dostępu do kredytów czy też osłabienie kursu złotego). Należy jednak podkreślić, że zmiennym mikroekonomicznym przypisywano rolę decydującą.

Wskazania na poszczególne kategorie odpowiedzi znacznie różnicowała wielkość przedsiębiorstwa – dla podmiotów średnich większe znaczenie miały: powiązanie kapitałowe z partnerem zagranicznym, spełnienie norm i standardów UE oraz obniżenie kosztów produkcji i pracy, natomiast dla małych – dostęp do środków pomocy państwa, wysoka jakość wyrobów oraz szeroka promocja i reklama.

Obserwacje wynikające z prezentowanych w artykule badań opinii przedsiębiorców potwierdza również przeprowadzona w Instytucie Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego (IKCHZ) analiza rzeczywistych kosztów i korzyści polskich przedsiębiorstw związanych z działaniem na rynku europejskim. Wykazała ona, że pozytywne efekty integracji wiązać się będą przede wszystkim z: a) eliminowaniem barier administracyjnych w handlu (w tym związanych z przekraczaniem granicy), b) redukcją barier technicznych w handlu dzięki zasadzie wzajemnego uznawania jednolitych podstawowych standardów oraz harmonizacji zasad i regulacji oraz c) obniżeniem ryzyka transakcji handlowych i idących za tym kosztów ubezpieczeń i gwarancji kredytowych. [Udział..., 2002]. Badania empiryczne przeprowadzone w 2002 r. wśród eksporterów wykazały, że wymogi techniczne i jakościowe produkcji nie stanowiły żadnej przeszkody tylko dla 40% badanych, natomiast wymogi ochrony środowiska – dla prawie połowy. Sytuację na tym obszarze znacznie różnicowała wielkość firmy. Normy te nie stanowiły bariery średnio dla 25% małych, 37% średnich i 50% dużych przedsiębiorstw. Możemy zatem przypuszczać, że stopień dostosowania do tych wymogów firm dotychczas nie prowadzących działalności eksportowej będzie znacznie niższy. Cytowane badanie wykazało również, iż obowiązkowych dyrektyw unijnych dotyczących wymogów technicznych (potwierdzonych znakiem CE) relatywnie częściej nie spełniały firmy małe (w porównaniu do średnich i dużych) oraz o niskim udziale eksportu w produkcji sprzedanej. Zdecydowanie najbardziej korzystna sytuacja miała natomiast miejsce w podmiotach z udziałem kapitału zagranicznego⁴.

⁴ Poważną barierę w uzyskaniu certyfikatu CE stanowią jego koszty. Średni koszt jego uzyskania wynosił 130,5 tys. zł, zaś średni koszt pozostałych działań dostosowawczych 810 tys. zł. Koszty te były szczególnie wysokie w branży spożywczej – odpowiednio 1 200,0 tys. zł i 4 060,0 tys. zł. Bez tej branży koszty te kształtowałyby się na poziomie 86,0 i 60,6 tys. zł.

Badania wykazały, że oceniając perspektywy własnych firm w Unii Europejskiej znaczna grupa przedsiębiorców nie potrafiła przewidzieć skutków procesu integracji z UE. Wiąże się to – jak możemy przypuszczać – z niedostateczną wiedzą na temat członkostwa, a także w przypadku części badanych podmiotów, z koncentrowaniem działania przede wszystkim na rynku polskim (zwłaszcza lokalnym). Przedsiębiorcy ci integrację i jej efekty traktowali więc jako proces zewnętrzny i nie dotyczący bezpośrednio kierowanych przez nich podmiotów. Nie uświadamiali sobie także w pełni faktu, że również rynek polski stanie się wewnętrznym rynkiem UE, co oznacza, że reguły unijne obowiązować będą także u nas. Wyniki analiz potwierdziły hipotezę, że nawiązanie przez przedsiębiorców współpracy z partnerami z UE korzystnie wpływało na poziom wiedzy o rozwiązaniach wspólnotowych, a także stopień przygotowania przedsiębiorstw do działania na jednolitym rynku.

Bariery konkurencyjności

Pozycję przedsiębiorstwa na jednolitym rynku europejskim determinować będą przede wszystkim zmienne decydujące o konkurencyjności, jak np. wysokość kosztów produkcji, jakość i walory ekologiczne wytwarzanych wyrobów, ich zgodność z wymogami bezpieczeństwa, a także marketing oraz finansowe warunki sprzedaży⁵. Kluczowy problem stanowi jednak odpowiedź na pytanie, które z występujących obecnie ograniczeń rozwoju MSP okażą się trwałe w przyszłości i ujawnią się w czasie działania na rynku Wspólnoty Europejskiej? W tym kontekście istotne jest rozpoznanie sytuacji finansowej podmiotów gospodarczych. Od niej bowiem zależy zdolność przedsiębiorstw do podejmowania działań, które mogłyby poprawić ich konkurencyjność⁶. Z drugiej strony dobra pozycja konkurencyjna firmy oznacza z reguły korzystną sytuację finansową.

W 2003 r. w stosunku do lat poprzednich mamy do czynienia z wyraźnym ożywieniem gospodarczym, co powinno znaleźć odzwierciedlenie w poprawie sytuacji finansowej przedsiębiorstw. Badania potwierdziły, że przedsiębiorstwa stosunkowo nieźle oceniały swoją sytuację finansową. Większość badanych (44,6%) określała ją jako przeciętną, przy czym nie odnotowano zasadniczych różnic w tej ocenie pomiędzy przedsiębiorstwami małymi i średnimi. Pewne różnice natomiast obserwujemy w przypadku ocen pozytywnych (dobra i bardzo dobra) oraz negatywnych (zła i bardzo zła). Odsetki wskazań badanych na te dwie grupy ocen nie różniły się znacząco (28,9% – oceny dobra lub bardzo dobra i 27,3% – zła lub bardzo zła). Trochę większe zróżnicowanie mia-

⁵ W *The World Competitiveness Yearbook*, IMD, 2000 r. do czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstwa zaliczono m.in. koszt kapitału, dostępność kapitału, dynamikę rynku kapitałowego oraz efektywność sektora bankowego.

⁶ *Sytuacja małych przedsiębiorstw*, badania GfK Polonia wykonana na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2001, maszynopis oraz *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, badania Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2001, maszynopis.

ło miejsce między firmami małymi i średnimi. Te pierwsze nieco korzystniej oceniały swoją sytuację finansową – 28,2% uznało ją za dobrą i bardzo dobrą, a 25,3% – jako złą i bardzo złą. W podmiotach średnich oceny zła lub bardzo zła przeważały nad ocenami dobra bądź bardzo dobra (29,6 i 25,6%). Ocenę przeciętną swojej sytuacji finansowej w grupie eksporterów wystawiło 44,5% jednostek, zaś w firmach badanych w województwach – 49,0%. Bardziej krytyczne opinie na ten temat wypowiadali eksporterzy – 30% określiło ją jako złą lub bardzo złą, podczas gdy w regionach takie oceny wyraziło tylko 17,6% respondentów. W próbie regionalnej odnotowano również większy odsetek przedsiębiorców oceniających swą sytuację jako dobrą bądź bardzo dobrą (33,4% wobec 25,5% wśród eksporterów). Zmienną, która w największym stopniu różnicowała te oceny była wielkość przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa średnie częściej oceniały tę sytuację jako bardzo dobrą i dobrą, ale równocześnie częściej (blisko 1/3), jako złą lub bardzo złą.

Powstaje zatem pytanie, czy według przedsiębiorców przystąpienie Polski do UE wywoła zmiany w sytuacji finansowej przedsiębiorstw. W badanej populacji dominowało przekonanie, iż akcesja do UE nie spowoduje zasadniczych zmian w tym zakresie (41,9% wskazań). Udział takich ocen był większy w podmiotach średnich niż w małych (48,8% wobec 35,9%). Oceny tego problemu były podobne w grupie eksporterów oraz w przedsiębiorstwach badanych w województwach – odpowiednio 42,1 i 41,2% respondentów uznało, iż takie zmiany nie nastąpią, z tym jednak, że częściej takie przekonanie wyrażano w podmiotach średnich.

W analizowanej próbie znaczny odsetek przedsiębiorców (około 31%) nie miał wyrobionego zdania w tej kwestii, czego wyrazem była odpowiedź „trudno powiedzieć” (około 1/3 eksporterów oraz 1/4 firm w populacji regionalnej). Poziom wskazań na tę kategorię w firmach małych i średnich nie różnił się istotnie. Potwierdza to obserwację sformułowaną przy analizie wypowiedzi na temat szans i zagrożeń związanych z przystąpieniem Polski do UE, iż proces ten wiąże się z dużą niepewnością, a przedsiębiorcy nie potrafią przewidzieć rozwoju sytuacji na tym obszarze. Poprawy oczekiwało około 14% respondentów, pogorszenia natomiast około 13%. Częstotliwość wskazań na poprawę sytuacji w przedsiębiorstwach małych i średnich była na podobnym poziomie (ok. 14%). Znaczne różnice wystąpiły natomiast w grupie oczekujących pogorszenia się sytuacji finansowej – otóż udział firm małych, które w ten sposób widziały swoje perspektywy po przystąpieniu do UE był 3-krotnie większy niż udział firm średnich (odpowiednio 18,8 i 6,4%). W województwach pomorskim i podlaskim zbliżony był udział przedsiębiorstw, w których oczekiwano poprawy lub pogorszenia sytuacji finansowej (odpowiednio po 16,0 i 15,4% wskazań). Różnice wystąpiły natomiast pomiędzy podmiotami małymi i średnimi. Przedsiębiorstwa małe z woj. pomorskiego w większym stopniu niż podobne podmioty z woj. podlaskiego spodziewały się poprawy sytuacji finansowej, podczas gdy w woj. podlaskim takie oczekiwania formułowano w firmach średnich.

W odróżnieniu od ocen sytuacji finansowej przedsiębiorcy zdecydowanie korzystniej określali obecną pozycję konkurencyjną firmy na rynku – 73,4%

ogółu badanych (71,9% firm małych i 75,2% – średnich) oceniło tą pozycję jako bardzo mocną (dominujący producent na rynku), mocną (jeden z głównych producentów) lub dobrą (pomimo że przedsiębiorstwo styka się z konkurencją). Nie odnotowano w tym zakresie istotnych różnic pomiędzy badanymi populacjami. Pozostali respondenci (1/4) określili swoją pozycję jako słabą (wyjaśniając ten fakt zbyt dużą konkurencją na rynku) lub bardzo słabą (brak możliwości konkutowania). W populacji eksporterów pomiędzy podmiotami małymi i średnimi nie zaobserwowano istotnych różnicowań. Wyraźne różnice w zależności od wielkości przedsiębiorstwa zaobserwowano natomiast w populacji regionalnej. Znacznie korzystniej swoją pozycję oceniały przedsiębiorstwa średnie – najczęściej określano ją jako dobrą, a nawet mocną i bardzo mocną, podczas gdy żaden z respondentów tej grupy nie uznał jej za złą lub bardzo złą. Oceny pozytywne (pozycja mocna bądź bardzo mocna) częściej wyrażano w firmach średnich z woj. pomorskiego, niż z woj. podlaskiego (40% wobec 16,7%). Oceny negatywne (pozycja słaba lub bardzo słaba) były natomiast formułowane przede wszystkim w małych firmach z woj. pomorskiego – takich ocen było 3-krotnie więcej niż w woj. podlaskim (45,0% wobec 15,0%). Tak wysoki udział przedsiębiorców pozytywnie oceniających swoją pozycję na rynku wynika prawdopodobnie z cech badanej populacji, w której przeważały podmioty istniejące na rynku co najmniej pięć lat.

W świetle ocen obecnej pozycji na rynku interesująca jest odpowiedź na pytanie, czy polscy przedsiębiorcy liczą się z możliwością zmian na tym obszarze w konsekwencji przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Analiza wypowiedzi respondentów pokazała, iż najwięcej wskazań uzyskały kategorie „nie ulegnie zmianie” – 37,5% (co oznacza utrzymanie na ogół dobrej pozycji) oraz „trudno powiedzieć” (31,8%). W ocenach tych kwestii zaobserwowano jednak różnice pomiędzy podmiotami małymi i średnimi. W firmach małych najwięcej przedsiębiorców utożsamiało się z kategorią „trudno powiedzieć” (33,8%) a następnie z brakiem zmian (31,7%); w przedsiębiorstwach średnich sytuacja była odwrotna – przeważały oceny „nie ulegnie zmianie” – 44,0%, podczas gdy nie miało na ten temat zdania 29,6% badanych. Na uwagę zasługuje również fakt, że respondenci przewidujący osłabienie pozycji na rynku byli nieomal 2-krotnie liczniejsi niż oczekujący poprawy (19,5% wobec 10,9%). Zdecydowanie bardziej pesymistyczni w tej kwestii byli mali przedsiębiorcy (2,7-krotnie częściej niż średni twierdzili, iż sytuacja pogorszy się – 26,4% wobec 9,9%). Wspólną cechą badanych grup podmiotów był znaczny udział kategorii „trudno powiedzieć” (ok. 1/3 badanej populacji). Blisko 2/5 eksporterów uważało, że ich pozycja na rynku nie ulegnie zmianie po przystąpieniu Polski do UE; 18,7% – że osłabi się, a tylko 10,7% oczekiwało jej wzmocnienia. Brak rozeznania w tej kwestii w większym stopniu cechował małych eksporterów; ponadto firmy te częściej niż podmioty średniej wielkości twierdziły, że ich pozycja na rynku osłabi się (22,5% wobec 14,0%). Przedsiębiorstwa średnie natomiast częściej niż małe były przekonane, że pozycja ta nie ulegnie zmianie (odpowiednio 43,9 i 32,3%).

Opinie małych i średnich przedsiębiorców badanych w regionach były również istotnie zróżnicowane. W firmach średnich częściej przypuszczano,

że ich pozycja nie zmieni się (45,5% wobec 30% w małych). W grupie przedsiębiorców małych natomiast 3,3-krotnie wyższy niż w średnich był udział tych, którzy sądzili, że stracą na akcesji Polski do UE, a w konsekwencji nastąpi osłabienie ich pozycji konkurencyjnej (odpowiednio 30,0 i 9,1%). Różnice w ocenie występowały również pomiędzy firmami z woj. pomorskiego i woj. podlaskiego. I tak np. 2/3 podmiotów średnich z woj. podlaskiego wyraziło pogląd, że pozycja na rynku nie ulegnie zmianie (w woj. pomorskim tylko 20,0%). W woj. podlaskim żaden przedstawiciel firmy średniej nie przewidywał pogorszenia pozycji, podczas gdy w woj. pomorskim takie oceny formułowała 1/5 badanych. Respondenci z woj. pomorskiego byli jednak częściej optymistami – udział małych przedsiębiorców oczekujących poprawy pozycji rynkowej był 3-krotnie wyższy niż w woj. podlaskim (15,0% wobec 5,0%).

Przedmiot zainteresowania większości badań prowadzonych w podmiotach sektora MSP stanowi identyfikacja barier występujących w ich działaniu. Wypowiadając się na ten temat respondenci najczęściej wskazywali dwie grupy przeszkód: a) zewnętrznych, związanych na ogół z realizowaną przez rząd polityką gospodarczą oraz b) wewnętrznych, wynikających z cech przedsiębiorstwa i posiadanych zasobów (np. kwalifikacje kadry czy zasoby finansowe). Generalnie, wyodrębniane bariery podzielić możemy na: finansowe, rynkowe, prawne, społeczne oraz informacyjne [Uwarunkowania..., 2001]. Nie ulega wątpliwości, iż identyfikacja barier rozwoju ma istotne znaczenie dla analiz konkurencyjności przedsiębiorstw (tabl. 5)

Tablica 5

Bariery na rynku utrudniające rozwój przedsiębiorstwa (w %)

Kategoria odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
wysokie podatki i obowiązkowe obciążenia	169	63,3	65,7	52,5	63,4	63,2
nieterminowe regulowanie należności przez kontrahentów	126	47,2	49,1	43,1	52,1	43,2
niestabilność przepisów prawa	102	38,2	38,4	37,3	43,7	32,0
duża konkurencja na rynku	83	31,1	28,2	43,1	28,2	34,4
niedostatek środków finansowych	78	29,2	31,9	17,6	26,8	32,0
niedostateczny popyt na wyroby	67	25,1	25,5	23,5	22,5	28,0
dekapitalizacja majątku	36	13,5	13,0	15,7	9,1	18,4
konkurencja szarej strefy	35	13,1	13,0	13,7	14,1	12,0
brak instytucji poręczeń i gwarancji	29	10,9	11,1	9,8	10,6	11,2
biurokracja i niechęć urzędników	29	10,9	12,0	5,9	12,7	8,8
brak pomocy władz lokalnych	20	7,5	7,4	7,8	8,5	6,4
trudności w pozyskaniu inwestora z odpowiednim kapitałem	19	7,1	8,3	2,0	5,6	8,8
korupcja	16	6,0	6,5	3,9	6,3	5,6
częste kontrole	14	5,2	5,1	5,9	4,2	6,4
brak wsparcia finansowego państwa	14	5,2	5,1	5,9	7,0	3,2
trudności w pozyskaniu środków z pomocy zagranicznej	12	4,5	4,6	3,9	4,9	4,0
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Nie zaskakuje fakt, że wymieniane przez respondentów bariery utrudniające rozwój przedsiębiorstwa we wszystkich badanych grupach firm były takie same. Według badanych pierwszoplanową przeszkodę stanowiły wysokie podatki i obowiązkowe obciążenia. Kolejne istotne w ocenie przedsiębiorców bariery rozwoju to: nieterminowe regulowanie należności przez kontrahentów, niestabilność regulacji prawnych, niedostatek środków finansowych, duża konkurencja na rynku oraz brak popytu na wytwarzane wyroby. Niektórzy badani zwracali również uwagę na: upadłość odbiorców, presję na obniżanie cen i wydłużanie terminów płatności, przewartościowany kurs euro, niestabilną sytuację na rynku, uciążliwe procedury w eksporcie towarów (na granicy) oraz brak promocji eksportu. Małe znaczenie natomiast przypisywano np.: brakowi wiedzy o sytuacji na rynku, niskim kwalifikacjom pracowników, częstym kontrolom czy też brakowi wsparcia finansowego ze strony państwa i trudnościom w pozyskiwaniu środków z pomocy zagranicznej.

Wymieniane przez przedsiębiorców przeszkody w działaniu wynikają przede wszystkim z polityki gospodarczej państwa (obciążenia podatkowe) oraz z sytuacji na rynku (np. zatory płatnicze, szara strefa, niedostateczny popyt). Te dwie grupy barier są dla nich zdecydowanie najważniejsze (co potwierdza liczba respondentów na nie wskazujących) i traktowane jako źródło trudności pojawiających się w funkcjonowaniu przedsiębiorstw. Na uwagę zasługuje również fakt, że wbrew obiegowym opiniom tylko dla 6% badanych barierę utrudniającą rozwój stanowiła korupcja (w badaniu regionalnym nawet mniej – ok. 4%). Wskazuje to na stan świadomości przedsiębiorców i sytuowanie tego zjawiska na niższych pozycjach w hierarchii barier. Oznacza to przede wszystkim, że za bardziej istotne dla swego działania uznano inne przeszkody. Takie opinie możemy również wyjaśniać (choć ta teza wymaga weryfikacji w szerszych badaniach empirycznych) pewnym przyzwoleniem na takie zjawiska i traktowaniem go jako wygodnego instrumentu realizacji również i własnych interesów.

Hierarchia poszczególnych barier rozwoju w przedsiębiorstwach małych i średnich (zarówno wśród eksporterów, jak i w próbie regionalnej) była podobna, chociaż ranga poszczególnych czynników odmienna. W podmiotach małych większe znaczenie przypisywano np. nieterminowemu regulowaniu należności przez odbiorców, niestabilności przepisów prawa i brakowi pomocy ze strony państwa, a w średnich – dużej konkurencji na rynku, niedostatecznemu popytowi na wytwarzane wyroby oraz dekapitalizacji majątku trwałego.

W świetle powyższej sytuacji nasuwa się pytanie, czy przedsiębiorstwa są w stanie samodzielnie przezwyciężyć istniejące bariery. Analiza wypowiedzi wskazuje, że ponad 4/5 (82%) badanych przedsiębiorców uważała, że nie jest w stanie samodzielnie uporać się z powyższymi ograniczeniami rozwoju (83,8% – małych i 80% – średnich). W przypadku eksporterów taką opinię wyraziło aż 85,2% podmiotów (88,2% małych i 82,5% średnich), natomiast w firmach badanych w regionach wyraźnie wyższy niż wśród eksporterów był odsetek firm przekonanych, że są w stanie usunąć je samodzielnie – 31,4% (27,5% małych i 45,5% średnich).

Nie jest więc zaskoczeniem, iż niewiele ponad 1/4 badanych firm (26,2%) nie oczekiwała pomocy instytucji zewnętrznych w pokonaniu tych barier (31,0% małych i 20,8% średnich). Interesującą sytuację zaobserwowano w przypadku części małych firm – z jednej strony podkreślano w nich, iż nie są w stanie samodzielnie zlikwidować istniejących barier, z drugiej – relatywnie częściej niż w podmiotach średnich nie oczekiwano pomocy zewnętrznej. Sygnalizuje to prawdopodobnie bezradność tej grupy przedsiębiorców i nieumiejętność radzenia sobie z problemami, a także małej siły przebicia w walce o pomoc zewnętrzną. W badanej populacji zdecydowanie przeważali badani (74,5% eksporterów i 70,6% firm „regionalnych”), którzy liczyli na pomoc instytucji publicznych, przede wszystkim rządu (ministerstw), parlamentu, banków, władz lokalnych oraz funduszy celowych np. PFRON. Mali eksporterzy w większym stopniu niż średni spodziewali się również pomocy organizacji grupujących przedsiębiorców (21,6% wobec 15,8% wskazań). Przedsiębiorstwa średnie badane w regionach na czele instytucji, które mogą im udzielić wsparcia wymienili władze lokalne (27,3%), zaś firmy małe – rząd (ministerstwa) – 37,5%. Na pomoc władz lokalnych bardziej liczyły przedsiębiorstwa średnie z woj. pomorskiego (40,0%), a rządu – firmy małe z woj. podlaskiego (45,0%).

Z punktu widzenia procesów adaptowania się polskich przedsiębiorstw do nowych warunków za szczególnie ważne uznać należy posiadane przez te podmioty doświadczenie w zakresie funkcjonowania na rynku UE. W projekcie badawczym zakładano, że przedsiębiorstwa eksportujące swoje wyroby na rynki UE będą nie tylko dysponować większą wiedzą na temat Wspólnoty, ale także będą lepiej przygotowane do spełnienia niezbędnych do działania na tym rynku norm i standardów⁷. W kwestionariuszu ankiety znalazło się więc pytanie o czynniki, które według przedsiębiorców mogłyby stymulować wzrost eksportu (tabl. 6).

W opinii ogółu respondentów korzystny wpływ w tym względzie mogłyby mieć czynniki bezpośrednio związane z polityką makroekonomiczną państwa (proeksportowa polityka państwa, poprawa koniunktury, zwiększenie dostępu do kredytów), z drugiej zaś – mikroekonomiczne (unowocześnienie majątku oraz aktywizacja działań marketingowych). Na dalszym planie znalazły się takie determinanty, jak np.: większy dostęp do informacji o rynkach zagranicznych, uzyskanie certyfikatów UE czy też wyższy kurs dolara i euro. Zwraca-

⁷ Przypuszczenie to potwierdzają dane uzyskane w badaniach prowadzonych w latach 1994-2000 w IKCHZ (na próbie reprezentatywnej). Wśród najczęściej wymienianych w 2000 r. barier rozwoju eksportu znalazły się przede wszystkim ograniczenia zewnętrzne, a wśród nich: konkurencja ze strony polskich firm na rynkach zagranicznych, wysokość cel, zagraniczne normy jakościowe, zagraniczne ograniczenia administracyjne, wysokość kontyngentów zewnętrznych oraz groźba postępowań antydumpingowych. Znacznie rzadziej wskazywano na wewnętrzne cechy firmy takie, jak: stopień nowoczesności majątku produkcyjnego, rozmiary zatrudnienia i poziom zaplecza badawczo-rozwojowego, wielkość majątku produkcyjnego, poziom kwalifikacji pracowników oraz sposób zarządzania i organizację firmy. [Marczewski, 2001].

no ponadto uwagę na konieczność promocji Polski za granicą, likwidację biurokracji na granicy oraz obniżenie kosztów własnych. Waga przywiązywana do poszczególnych czynników w małych i średnich przedsiębiorstwach była zróżnicowana. W pierwszych większe znaczenie przywiązywano do: zwiększenia dostępu do kredytów, większego dostępu do informacji o rynkach zagranicznych oraz aktywizacji działań marketingowych. W podmiotach średnich natomiast do: wyższego kursu dolara i euro, unowocześnienia majątku i aktywizacji działań marketingowych.

Tablica 6

Czynniki przyczyniające się do wzrostu eksportu (w%)

Kategoria odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
proeksportowa polityka państwa	118	44,2	51,4	13,7	39,4	49,6
poprawa koniunktury	98	36,7	41,7	15,7	34,5	39,2
unowocześnienie majątku	64	24,0	28,2	5,9	16,2	32,8
zwiększenie dostępu do kredytów	61	22,8	25,0	13,7	26,8	18,4
aktywizacja działań marketingowych	54	20,2	23,1	7,8	31,1	19,2
uzyskanie certyfikatów UE	39	14,6	16,7	5,9	14,1	15,2
ubezpieczenie kredytów eksportowych	39	14,6	16,2	7,8	14,8	14,4
większy dostęp do informacji o rynkach zagranicznych	39	14,6	17,1	3,9	15,5	13,6
wyższy kurs dolara i euro	34	12,7	13,9	7,8	8,5	17,6
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

O pozycji konkurencyjnej podmiotów gospodarczych w znaczącym stopniu decyduje ich innowacyjność⁸. Determinowana jest ona przez wiele różnorodnych czynników, a wśród nich istotne znaczenie odgrywa: stan techniczny majątku, dostęp do bazy rozwojowej (prac z zakresu B+ R), a także wysoki poziom niepewności (ryzyka) związany z wprowadzeniem nowych produktów na rynek. Istotne również są postawy kadry menedżerskiej, przede wszystkim jej skłonność, otwartość na zmiany.

W badanej populacji przedsiębiorstw innowacje w latach 2002-2003 wprowadziło 80,3% podmiotów, przy czym częściej czyniły to firmy średnie (86,4%) niż małe (80,3%), a także częściej eksporterzy (86,6%) niż przedsiębiorcy badani w regionach (68,6%). W populacji eksporterów udział firm małych i średnich, w których wdrożono innowacje kształtował się na zbliżonym poziomie. Wśród respondentów badanych w województwach zdecydowanie dominowały firmy średnie (aż 90,9%). W woj. pomorskim wszystkie firmy deklarowały wprowadzenie innowacji, podczas gdy w woj. podlaskim – 80,0%.

⁸ Por. [Innowacje 97..., 1998]; [Innowacyjność..., 2001], oraz [Mizgajski, 2000].

Tablica 7

Charakter wprowadzanych innowacji (w %)

Kategoria odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
usprawnienie struktury organizacyjnej	144	53,9	56,5	43,1	45,1	64,0
zastosowanie Internetu	139	52,1	57,9	27,5	48,6	56,0
wprowadzenie nowego produktu	123	46,1	52,8	17,6	41,5	51,2
unowocześnienie majątku	101	37,8	40,3	27,5	36,6	39,2
komputeryzacja	58	21,7	20,8	25,5	16,9	27,2
zmiana struktury kapitałowej	33	12,4	11,6	15,7	7,0	18,4
pozyskanie nowej licencji	19	7,1	7,4	5,9	7,7	6,4
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Wprowadzane w przedsiębiorstwach innowacje były podobne w obu badanych populacjach i polegały przede wszystkim na: zastosowaniu Internetu, usprawnieniu struktury organizacyjnej, wprowadzeniu nowego produktu i unowocześnieniu majątku. Charakter innowacji nie różnił się istotnie w poszczególnych badanych grupach – były one a) produktowe, b) dotyczyły systemu zarządzania oraz c) miały charakter technologiczny. Niewielki zakres miały takie innowacje, jak pozyskanie nowej licencji, zmiana struktury kapitałowej czy też zastosowanie wyników prac badawczych, a więc takie, które w sposób trwały mogłyby oddziaływać na konkurencyjność przedsiębiorstwa.

Powstaje więc pytanie, czy przedsiębiorcy dostrzegają związek pomiędzy wdrożonymi innowacjami a poziomem konkurencyjności swych przedsiębiorstw. Najczęściej wymieniane przez badanych efekty tych innowacji przedstawia tabl. 8.

Tablica 8

Efekty wprowadzanych innowacji (w %)

Kategoria odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
brak efektów	7	2,6	3,2	–	4,2	0,8
rozszerzenie asortymentu	95	35,6	39,3	19,6	27,5	44,8
obniżka kosztów produkcji	85	31,8	32,9	27,5	28,9	35,2
poprawa jakości produkcji	76	28,5	31,5	15,7	25,4	32,0
zdobycie nowych rynków	71	26,6	29,2	15,7	23,2	30,4
wzrost elastyczności działania	63	23,6	24,1	21,6	20,4	27,2
zwiększenie sprzedaży	63	23,6	24,1	21,6	23,2	24,0
wzrost sprawności organizacyjnej	59	22,1	22,2	21,6	19,7	24,8
poprawa wizerunku	57	21,3	22,7	15,7	26,8	15,2
dostosowanie się do norm i standardów UE	40	15,0	14,8	15,7	15,5	14,4
wzrost zysków	32	12,0	13,4	5,9	12,7	11,2
zwiększenie udziału przedsiębiorstwa w rynku	13	4,9	6,0	–	2,8	7,2
spadek cen na wyroby	12	4,5	4,6	3,9	4,9	4,0
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Oceny skutków innowacji w poszczególnych grupach objętych badaniem były zbliżone. W populacji eksporterów na przykład na czołowej pozycji znalazło się rozszerzenie asortymentu produkcji, a następnie – obniżka kosztów produkcji, poprawa jakości produkcji oraz zdobycie nowych rynków zbytu. Ważne konsekwencje to także: wzrost elastyczności działania, zwiększenie sprzedaży oraz wzrost sprawności organizacyjnej. Rozszerzenie asortymentu produkcji było głównym efektem innowacji w firmach średnich, z kolei obniżka kosztów produkcji – w firmach małych oraz w populacji badanej w regionach. Dla przedsiębiorców z woj. pomorskiego głównym efektem wprowadzonych innowacji była obniżka kosztów produkcji (32,0%), zaś z woj. podlaskiego – zwiększenie sprzedaży i wzrost elastyczności działania (po 26,9% wskazań). Jak dotychczas innowacje te w małym stopniu pociągnęły za sobą wzrost zysków, chociaż ponad 2,5-krotnie więcej przedsiębiorstw średnich w odróżnieniu od małych wskazało na tą kategorię (żaden z badanych w województwach).

Tablica 9

Bariery innowacyjności przedsiębiorstw (w %)

Kategoria odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
nie istnieją bariery	6	2,9	2,8	23,9	4,9	0,8
brak środków finansowych	155	58,1	60,6	47,1	52,8	64,0
wysokie koszty wdrożeń	106	39,7	38,9	43,1	42,3	36,8
brak preferencji (ulg) w systemie podatkowym	91	34,1	35,2	29,4	35,2	32,8
niepewność związana z przyszłością	85	31,8	32,4	29,4	35,2	28,0
wysokie oprocentowanie kredytów	78	29,2	29,2	29,4	24,6	26,4
duże ryzyko związane z wdrożeniem innowacji	57	21,3	21,8	19,6	21,8	20,8
brak wsparcia finansowego państwa	45	16,9	15,3	23,5	16,9	16,8
brak instytucji finansujących takie projekty	34	12,7	13,4	9,8	10,6	15,2
obowiązujące przepisy prawne	25	9,4	8,8	11,8	8,5	10,4
brak kontaktów z ośrodkami badawczymi	12	4,5	3,7	7,8	3,5	5,6
brak informacji o innowacjach	10	3,7	4,2	2,0	2,1	5,6
niskie kwalifikacje pracowników	10	3,7	3,7	3,9	4,9	2,4
razem przedsiębiorstwa*	269	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Na tym tle istotne jest pytanie o najważniejsze na obecnym etapie transformacji systemowej bariery wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw. Informacje przedstawione w tablicy 9 pokazują, iż w obu badanych zbiorowościach barierą wskazywaną najczęściej był brak środków finansowych (60,6% – eksporterzy i 47,1% firmy z regionów). Kolejne miejsca w hierarchii zajęły: wysokie koszty wdrożeń, brak preferencji (ulg) w systemie podatkowym, niepewność związana z przyszłością oraz wysokie oprocentowanie kredytów. W analizowanej populacji stosunkowo duży był również udział firm, które wskazały na duże ryzyko związane z wdrożeniem innowacji. Postrzegania barier nie różnicowała wielkość przedsiębiorstwa, z tym jednak, że znacznie więcej firm małych wskazało na niepewność przyszłości (różnica 7,2 pkt proc.), natomiast w firmach średnich częściej wymieniano brak środków finansowych

(różnica 11,2 pkt proc.). Nie dziwi fakt, że najpoważniejszą barierę innowacyjności stanowi niedostatek środków finansowych. Nadal bowiem występują trudności w finansowaniu innowacji zarówno ze środków zewnętrznych (np. kredytu), jak i wewnętrznych (niedostateczne środki własne).

Badania potwierdziły, że większość małych i średnich przedsiębiorców chociaż funkcjonuje na rynku, którego cechą jest wysoka (i ciągle wzrastająca) konkurencja dobrze ocenia obecną pozycję swego przedsiębiorstwa. Zmieniając wyjaśniającą ten fakt stanowi wiek przedsiębiorstwa i dominacja w badanej populacji podmiotów o względnie stabilnej (utrwalonej przez lata działania) pozycji na rynku. Z punktu widzenia oceny stopnia dostosowania się polskich przedsiębiorstw do wymogów rynku europejskiego za szczególnie istotny czynnik wpływający pozytywnie na poziom ich przygotowania do funkcjonowania na tym rynku należy uznać posiadane przez te podmioty doświadczenie w zakresie wymiany handlowej z zagranicą. Oznacza to, iż w korzystniejszej sytuacji znajdują się eksporterzy.

W ocenie przedsiębiorców kluczową rolę w rozwoju odgrywają bariery finansowe. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez większość ośrodków badawczych. Są one traktowane jako najważniejsze ograniczenie rozwoju przedsiębiorstw. Za negatywny czynnik, z punktu widzenia konkurencyjności polskich przedsiębiorstw na wewnętrznym rynku UE, uznać ponadto należy zbyt niski poziom aktywności innowacyjnej. Wyniki analiz uprawniają do sformułowania oceny, że większość polskich MSP, pomimo deklaracji o wprowadzaniu wielu zmian, to podmioty o niskim poziomie innowacyjności, zwłaszcza w porównaniu z podobnymi jednostkami w państwach Unii Europejskiej. Wskazują również, że stosunek do innowacji zależy przede wszystkim od wielkości przedsiębiorstwa – małe podmioty wdrażały innowacje znacznie rzadziej niż średnie, a te ostatnie rzadziej niż duże.

Rola pomocy publicznej w rozwoju sektora prywatnego

Dane empiryczne potwierdzają, że przedsiębiorcy rzeczywiście oczekują wsparcia zewnętrznego dla swojej działalności. Liczą na pomoc ze strony różnych instytucji publicznych, w przekonaniu że pozwoli ona na przezwyciężenie wielu ograniczeń występujących w ich rozwoju. Na tym tle istotne są opinie przedsiębiorców na temat pomocy publicznej. Stanowi ona niewątpliwie ważny instrument polityki gospodarczej i w polskich warunkach może odegrać istotną rolę w kreowaniu rozwoju przedsiębiorstw⁹.

Analiza struktury pomocy publicznej udzielonej w Polsce według jej beneficjentów wskazuje, że jej cechą jest koncentracja znacznej części wydatków

⁹ Jako pomoc publiczna definiowana jest każda korzyść uzyskana przez przedsiębiorcę od władz publicznych (udzielona przez państwo jak i z jego zasobów). Decydującym wyróżnikiem takiej pomocy jest publiczny charakter własności udostępnianych środków finansowych. Por. Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o warunkach dopuszczalności i nadzorowaniu pomocy publicznej dla przedsiębiorców, Dz.U. nr 141, poz. 1177, art. 2, ust. 1.

na niewielkiej liczbie podmiotów gospodarczych. Zjawisko to należy krytycznie oceniać w kontekście jego skutków dla konkurencji na rynku¹⁰. Dane na temat pomocy udzielonej poszczególnym grupom przedsiębiorstw wskazują, że podmioty MSP w 2002 r. stanowiły tylko 26% (w tym 14% to jednostki małe, a 12% – średnie) beneficjentów pomocy. Środki przeznaczane na rozwój tych podmiotów w ramach pomocy horyzontalnej były niewielkie – wyniosły 136,6 mln zł, chociaż w stosunku do 2001 r. wzrosły ponad 2-krotnie (wynosiły wówczas 61,9 mln zł), co stanowiło zaledwie 1,3% wartości pomocy ogółem (wobec 0,6% przed rokiem) [Raport..., 2003].

Dane zebrane w badaniach empirycznych ujawniły, jakich form pomocy ze strony instytucji publicznych oczekują przedsiębiorcy (tabl. 10).

Tablica 10

Oczekiwane przez przedsiębiorców formy pomocy państwa (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Małe	Średnie
	liczba	%				
obniżenie podatków	187	70,0	71,3	64,7	71,1	68,8
uproszczenie systemu podatkowego	152	56,9	53,7	70,6	63,4	49,6
ułatwienia w dostępie do kredytów	108	40,4	41,7	35,3	40,8	40,0
stabilizacja warunków działania	82	30,7	30,1	33,3	28,9	32,8
uproszczenie przepisów administracyjnych	59	22,1	20,4	29,4	25,3	18,4
pomoc w nawiązywaniu kontaktów z kooperantami lub odbiorcami	55	20,6	25,0	2,0	17,6	24,0
utworzenie funduszy poręczeń i gwarancji	52	19,5	19,0	21,6	20,4	18,4
pozyskanie inwestorów	34	12,7	13,9	7,8	9,2	16,8
ochrona przed konkurencją	19	7,1	6,9	7,8	4,2	10,4
razem przedsiębiorstwa*	216	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Respondenci oczekiwali przede wszystkim podjęcia działań sprzyjających poprawie sytuacji finansowej przedsiębiorstw (takich, jak: obniżenie podatków i uproszczenie systemu podatkowego, ułatwienia w dostępie do kredytów, utworzenie funduszy poręczeń i gwarancji oraz pomoc w pozyskaniu inwestorów), następnie stabilizowania warunków działania podmiotów gospodarczych (zwłaszcza stabilności regulacji prawnych, w tym administracyjnych) oraz pomocy w kontaktach z otoczeniem (np. w nawiązaniu kontaktów z kooperantami lub odbiorcami produkowanych towarów). Zarówno hierarchia tych oczekiwań, jak i częstotliwość wskazań na poszczególne formy pomocy we wszystkich badanych zbiorowościach były zbliżone. Na uwagę zasługuje również brak istotnych różnic w hierarchii tych oczekiwań pomiędzy przedsiębiorstwami małymi i średnimi; pewne odmienności obserwujemy jedynie w częstotliwości wskazań na poszczególne kategorie odpowiedzi. Dla przedsiębiorców małych trochę większe znaczenie miały zmiany w systemie podatkowym, ułatwienia

¹⁰ Cechą pomocy publicznej udzielonej w Polsce jest bardzo wysoki poziom koncentracji; w 2002 r. 42% wartości pomocy ogółem otrzymały 52 podmioty, podczas gdy liczba jej beneficjentów ogółem wyniosła 683 tys.

w dostępie do kredytów oraz uproszczenie przepisów administracyjnych; natomiast w podmiotach średnich większą wagę przywiązywano do pomocy w nawiązaniu kontaktów, pozyskania inwestorów oraz stabilizacji warunków działania. Najmniej oczekiwane przez przedsiębiorców formy pomocy to: tworzenie inkubatorów przedsiębiorczości, organizacja szkoleń i kursów, tworzenie specjalnych stref ekonomicznych, organizacja targów i giełd towarowych oraz dostęp do informacji o sytuacji na rynku. Okazuje się więc, że przedsiębiorcy najmniejszą wagę przywiązywali do budowania instytucjonalnego otoczenia biznesu. Nie dostrzegali bezpośredniego związku pomiędzy działaniem takich podmiotów a swoim funkcjonowaniem.

Różnice tych oczekiwań ujawniły się także w przekroju regionalnym. W województwie podlaskim znacznie częściej niż w pomorskim liczono na zmiany w systemie podatkowym oraz ułatwienia w dostępie do kredytów, znacznie rzadziej natomiast – na uproszczenie przepisów administracyjnych, stabilizację warunków działania oraz tworzenie funduszy poręczeń i gwarancji. Wskazuje to, jak można przypuszczać, na różnice doświadczeń przedsiębiorców z obu badanych województw m.in. w zakresie tworzenia instytucjonalnego systemu wspierania MSP.

Badania potwierdziły, że przedsiębiorcy – zwłaszcza mali spodziewali się, że po przystąpieniu Polski do UE zwiększy się dostęp podmiotów gospodarczych do pomocy publicznej. W badanej populacji z takiej pomocy w latach 2002-2003 korzystała znaczna grupa przedsiębiorców (38%, w tym 41% eksporterów oraz 1/4 badanych w ankiecie regionalnej). Pomoc taką znacznie częściej otrzymywali przedsiębiorcy średni (48%) niż mali (29%), a w próbie regionalnej podmioty z województwa podlaskiego niż pomorskiego. Różnice pomiędzy województwami wynikały prawdopodobnie z większej ilości programów pomocy dla podmiotów w regionach słabiej rozwiniętych.

Uzyskane przez badanych przedsiębiorców wsparcie najczęściej należało do następujących kategorii pomocy publicznej:

- dla małych i średnich przedsiębiorstw (23%),
- na szkolenia (10%),
- na tworzenie miejsc pracy (9%),
- na restrukturyzację i pomoc doraźną (5%).

Z pomocy przeznaczonej na restrukturyzację i pomoc doraźną oraz na utrzymanie poziomu zatrudnienia częściej korzystały podmioty średnie niż małe; małe przedsiębiorstwa natomiast częściej otrzymywały pomoc przeznaczoną na szkolenia. Różnice wystąpiły również pomiędzy województwami. Podmioty z województwa pomorskiego (w porównaniu do woj. podlaskiego) pomoc taką otrzymywały rzadziej. Znaczne zróżnicowanie obserwowano również na obszarze kierunków przeznaczenia pomocy. Najpoważniejsze z nich dotyczyło pomocy dla MSP. Przedsiębiorcy z pomorskiego w ogóle z niej nie korzystali, podczas gdy w podlaskim była to forma wykorzystywana najczęściej.

Otrzymywana przez przedsiębiorców pomoc pochodziła zarówno ze środków krajowych, jak i zagranicznych. Wsparcie ze środków krajowych uzyskiwało około 30% przedsiębiorców, podczas gdy pomoc ze środków zagranicznych

– 17,0% badanych podmiotów. Z obu tych źródeł pomocy częściej korzystały przedsiębiorstwa średnie niż małe. Podmioty województwa pomorskiego otrzymywały jedynie pomoc ze środków krajowych, podczas gdy przedsiębiorcy z podlaskiego w równym stopniu korzystali z pomocy z obu tych źródeł, co wiąże się prawdopodobnie z większą dostępnością środków pomocy zagranicznej w województwie podlaskim.

Przedsiębiorcy korzystający z pomocy przeznaczonej na zatrudnienie otrzymywali ją w związku z utworzeniem miejsc pracy oraz w ramach pomocy regionalnej, w mniejszym stopniu zaś (i to tylko w podmiotach średnich) jako sposób przeciwdziałania ograniczaniu zatrudnienia. Jest to zrozumiałe, gdyż ta forma pomocy adresowana jest w znacznym stopniu do takich podmiotów i ma m.in. na celu ograniczenie skali zwolnień grupowych. Na uwagę zasługuje fakt, że w badanej populacji przedsiębiorców tylko sporadycznie zetknęliśmy się z przypadkami pomocy przeznaczonej na ochronę środowiska naturalnego. W próbie regionalnej nie było żadnego takiego przypadku, a wśród eksporterów liczba korzystających z takiej pomocy była nieznaczna. Pomoc taką uzyskiwały przedsiębiorstwa średnie i była ona najczęściej związana z podejmowaniem inwestycji ograniczających emisję zanieczyszczeń. Tylko jeden z badanych podmiotów uzyskał wsparcie finansowe dla inwestycji mającej na celu oszczędność energii.

Przedsiębiorcy najczęściej korzystali z pomocy przeznaczonej na rozwój MSP. Dotyczyła ona głównie: dofinansowania udziału w targach (11%), pokrycia części kosztów uzyskania certyfikatu (7%), finansowania kosztów szkoleń, refundacji kosztów przedsięwzięć promocyjnych oraz dofinansowania kosztów realizacji inwestycji (po 6%). Część przedsiębiorców była ponadto odbiorcami pomocy przeznaczonej na tworzenie miejsc pracy (6%) oraz finansowanie usług doradczych (3%). Beneficjentami większości tych form pomocy znacznie częściej byli przedsiębiorcy średni niż mali. Największe różnice na korzyść podmiotów średnich dotyczyły takich form pomocy dla MSP, jak: dofinansowanie udziału w targach, uzyskanie certyfikatu oraz refundacji przedsięwzięć promocyjnych. Przedsiębiorcy mali natomiast korzystali głównie z pomocy na szkolenia. W praktyce nie korzystano natomiast z pomocy przeznaczonej na przygotowanie do uczestnictwa w rynku kapitałowym, jako rekompensatę z tytułu realizacji zadań publicznych, na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz na modernizację i wdrożenie innowacji.

Badani przedsiębiorcy korzystali przede wszystkim z wsparcia udzielonego przez następujące instytucje: Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP – 20%), Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON – 11%) oraz Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej (MGPiPS, dawniej Ministerstwo Gospodarki) – 8% a także władze lokalne (łącznie gminy, starostwa i marszałkowice województw – ok. 7%). O ile częstotliwość korzystania z pomocy PARP przez podmioty średnie i małe była zbliżona (nieznacznie wyższa w podmiotach średnich), to znacznie większe różnice dotyczyły pomocy udzielanej przez PFRON oraz MGPiPS (jednostki średnie były beneficjentami pomocy z tych źródeł blisko dwukrotnie częściej). Przed-

siębiorstwa małe z kolei chętniej zwracały się po pomoc do gminy, podczas gdy z takiej pomocy nie korzystali przedsiębiorcy średniej wielkości. Respondenci badani w regionach najczęściej korzystali z pomocy PFRON i MGPIPS a następnie PARP. Pojawiły się również przypadki pomocy ze strony Ministerstwa Finansów (oraz izby skarbowej), z tym jednak że dotyczyły jedynie przedsiębiorców średnich. Wsparcia finansowego udzielały również organy gminy.

Skutki otrzymywanej pomocy dla funkcjonowania swego przedsiębiorstwa badani określali najczęściej jako bardzo małe i małe, a nawet bez znaczenia (łącznie 27%). Jej wpływ za bardzo duży lub duży uznało około 11% przedsiębiorców, a 9% – jako średni. Opinie na temat znaczenia pomocy publicznej były odmienne w wyodrębnionych w analizie populacjach podmiotów. Oceny negatywne częściej formułowali przedsiębiorcy średni niż mali (34,4% wobec 19,7%) a także eksporterzy w porównaniu do badanych w regionach (30,1% wobec 11,8%). W regionach najliczniejsza również była grupa podmiotów, w których znaczenie uzyskanej pomocy określano jako średnie (ok. 14%). Rolę pomocy korzystniej również widziano w województwie podlaskim – podmioty z tego regionu częściej były beneficjentami pomocy publicznej, a także lepiej oceniały jej wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw.

Wśród pozytywnych skutków otrzymanego wsparcia w badanej populacji znalazły się: modernizacja przedsiębiorstwa, wzmocnienie pozycji na rynku, poprawa konkurencyjności oraz obniżka kosztów produkcji. Część przedsiębiorców wymieniała ponadto: podjęcie nowej działalności, poprawę innowacyjności, wprowadzenie nowego produktu na rynek, wzrost wydajności pracy oraz wzrost zysku. Nie dostrzegano natomiast związku pomiędzy pomocą publiczną a poziomem płac w przedsiębiorstwie oraz cenami produkowanych wyrobów. Przedsiębiorcy średni znacznie częściej wskazywali na obniżkę kosztów produkcji, poprawę konkurencyjności oraz wprowadzenie nowego produktu na rynek. Respondenci z małych podmiotów natomiast – wzmocnienie pozycji przedsiębiorstwa na rynku, podjęcie nowej działalności oraz wzrost wydajności pracy. Wypowiedzi badanych na ten temat sygnalizują znaczne dysproporcje pomiędzy generalnie – niską oceną wpływu pomocy na działanie przedsiębiorstwa a wymienianymi przez respondentów konkretnymi jej efektami.

Podobne zmiany wymieniali przedsiębiorcy badani w regionach, z tym jednak, że w województwie pomorskim podkreślano najczęściej takie kategorie, jak podjęcie nowej działalności oraz obniżenie kosztów produkcji, w podlaskim natomiast wśród efektów uzyskanego wsparcia wskazano na wzmocnienie pozycji na rynku, poprawę konkurencyjności oraz zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstwa.

Respondenci charakteryzowali ponadto bariery występujące w zakresie dostępności środków pomocy publicznej. Ograniczeń i przeszkód na tym obszarze nie dostrzegało jedynie 3% eksporterów i 6% przedsiębiorców badanych w regionach. Najważniejsze w opinii badanych bariery przedstawiono w tablicy 11.

Tablica 11

Bariery pozyskiwania środków pomocy publicznej (w %)

Kategorie odpowiedzi	Ogółem		Eksporterzy	Regiony	Male	Średnie
	liczba	%				
skomplikowane procedury	148	55,4	55,6	54,9	57,7	52,8
biurokracja, postawy urzędników	107	40,1	41,2	35,3	38,7	41,6
brak własnych środków finansowych	97	36,3	38,4	24,5	32,4	40,8
brak informacji o takiej pomocy	77	28,8	27,3	35,3	34,5	22,4
układy, znajomości	47	17,6	18,5	13,7	21,1	13,6
nieprecyzyjne przepisy prawne	41	15,4	15,7	13,7	15,5	15,2
korupcja	28	10,5	7,9	21,6	14,1	6,4
brak własnych projektów nadających się do takiego finansowania	25	9,4	8,3	13,7	7,0	
razem przedsiębiorstwa*	267	–	216	51	142	125

* Uwaga: jak w tablicy 1.

Zaliczono do nich przede wszystkim: skomplikowane procedury, biurokrację i postawy urzędników, brak własnych środków finansowych, brak informacji o takiej pomocy oraz układy, znajomości. W badaniu regionalnym częściej niż wśród eksporterów wskazywano na korupcję (1/5 wobec 8%). Tylko nieliczni przedsiębiorcy za takie czynniki uznali: brak partnerów do współpracy oraz zbyt szeroką kontrolę wykorzystania uzyskiwanych na tej drodze środków. W podmiotach małych częściej zwracano uwagę na: brak informacji o takiej pomocy, skomplikowane procedury oraz układy i znajomości. Dla przedsiębiorców średnich natomiast ważniejszy okazał się brak środków finansowych, brak własnych projektów nadających się do finansowania oraz biurokracja i niechęć urzędników. W województwie podlaskim częściej niż w pomorskim skarżono się na: nieprecyzyjne przepisy prawne i skomplikowane procedury, natomiast w pomorskim – częściej mówiono o braku informacji na ten temat a także braku dobrych projektów nadających się do finansowania.

Wyniki badań empirycznych wykazały, że grupa przedsiębiorców będących beneficjentami pomocy publicznej jest stosunkowo liczna. Szczególnie istotna wydaje się jednak obserwacja, że ze wsparcia udzielanego ze środków publicznych korzystają przede wszystkim przedsiębiorstwa średnie i eksporterzy, a więc z reguły podmioty bardziej ekspansywne, aktywniejsze i potrafiące lepiej wykorzystać istniejące w systemie gospodarczym możliwości. Wpływ uzyskanej pomocy na działanie przedsiębiorstw oceniano wprawdzie jako nieznaczny, lecz fakt ten wiązać należy przede wszystkim z dużą liczbą odbiorców pomocy publicznej, a w konsekwencji z ogromnym rozproszeniem dostępnych środków i co z tym się wiąże – z niewielkimi kwotami przyznawanymi poszczególnym podmiotom. Dostęp firm małych oraz mikro, działających przede wszystkim na rynku lokalnym do tych środków, był niewielki. Możemy jednak przypuszczać, że w odróżnieniu od firm większych w przypadku podmiotów najmniejszych nawet ta niewielka wartościowo pomoc mogłaby przynieść korzystne efekty ekonomiczne. Z punktu widzenia skuteczności takiej pomocy na szczególną uwagę zasługuje również fakt, iż w strukturze pomocy publicznej

udzielanej w Polsce duże znaczenie ma pomoc udzielana ad hoc, przeznaczana na ratowanie konkretnych podmiotów, znikomą natomiast rolę odgrywa wsparcie kierowane na te obszary, które w UE odgrywają pierwszoplanowe znaczenie, jak: rozwój małych i średnich przedsiębiorstw, działalność badawczo-rozwojowa, ochrona środowiska oraz pomoc regionalna¹¹.

* * *

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej spowoduje znaczne zmiany w dotychczasowych warunkach działania wszystkich polskich producentów (nie tylko eksporterów). Zmiany tych warunków wynikać będą głównie z przyjęcia wspólnotowych rozwiązań regulacyjnych oraz z nowych wyzwań konkurencyjnych. Większość kosztów związanych z adaptacją ujawni się po akcesji, natomiast przeważająca część korzyści, jak można przypuszczać, nie będzie odczuwalna zbyt szybko, a raczej dopiero w dłuższej perspektywie czasowej.

Przedstawione wyniki badań potwierdziły, że w opinii małych i średnich przedsiębiorców integracja z UE przyniesie zarówno korzyści (zniesienie barier i ograniczeń), jak i zagrożenia. Szanse (korzyści) pojawią się przede wszystkim dla podmiotów aktywnych, przed którymi likwidacja granic otworzy nowe możliwości eksportu (ekspansji). Zagrożeniem natomiast będzie niewątpliwie zaostrenie konkurencji na rynku oraz koszty związane z koniecznością spełnienia przez przedsiębiorców wymogów UE. Skala kosztów, które będą musiały ponieść małe i średnie firmy może jednak przekraczać ich możliwości finansowe. Słabość kapitałowa, kadrowa i technologiczna oraz niewystarczająca aktywność eksportowa znacznej części polskich przedsiębiorstw może więc stanowić przyczynę pogorszenia (zwłaszcza w pierwszym okresie funkcjonowania na jednolitym rynku) warunków ich działania. Szczególnie trudna może okazać się adaptacja do nowych warunków tych podmiotów MSP, które nie podejmują eksportu na rynki UE. Niebezpieczny jednak wydaje się zwłaszcza zaobserwowany w badaniach fakt, że część przedsiębiorców nie była wystarczająco świadoma faktu, że standardy wspólnotowe będą obowiązywać również na rynku polskim.

Na podstawie wyników badań empirycznych wyodrębnić możemy bariery funkcjonowania podmiotów tego sektora, które mogą odegrać istotną rolę w wyznaczaniu ich realnej pozycji na rynku UE. Wprawdzie badani przedsiębiorcy często dostrzegali je na zewnątrz przedsiębiorstwa, to wydaje się, że decydujące znaczenie wśród takich barier przypisać należy zmiennym o charakterze wewnętrznym. Najważniejsze wśród nich to:

- słabość kapitałowa, decydująca o ograniczonej skali inwestowania;
- niski poziom innowacyjności, co w konsekwencji sprawia, że niedostateczna jest jakość i nowoczesność znacznej części oferowanych wyrobów;

¹¹ Szerzej kwestie kierunków przeznaczania środków pomocy publicznej horyzontalnej omówiono w artykule: [Burzyński, Karpińska-Mizielińska, Smuga, 2003] oraz [Karpińska-Mizielińska, 2003].

- zbyt niska sprawność systemu zarządzania, co powoduje, że mamy do czynienia z niewystarczającą elastycznością w działaniu oraz brakiem strategicznego myślenia o przedsiębiorstwie,
- niewystarczająca wiedza na temat zasad funkcjonowania na jednolitym rynku oraz o środkach pomocowych i procedurach ubiegania się o nie.

Przezwyciężenie powyższych barier może przyczynić się do budowania elementów trwałej przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw. Musimy jednak zdawać sobie sprawę z tego, że podmioty te nie są w stanie dokonać tego samodzielnie – bez wsparcia ze strony polityki gospodarczej państwa. Istotne na tym obszarze jest zwłaszcza tworzenie stabilnego prawa, regulującego warunki działania, a z drugiej strony – konsekwentna i ukierunkowana na osiągnięcie konkretnych celów (eliminowanie barier) pomoc rządowa. Konieczne zwłaszcza są zmiany w dotychczasowych kierunkach alokacji pomocy publicznej, przede wszystkim zaś zwiększenie środków przeznaczanych na preferowane w Unii Europejskiej cele, jak: małe i średnie przedsiębiorstwa, badania i rozwój czy też ograniczanie dysproporcji międzyregionalnych.

Bibliografia

- Burzyński W., Karpińska-Mizielińska W., Smuga T., [2003], *Wpływ pomocy publicznej na konkurencyjność przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” nr 3.
- Daszkiewicz N., [2000], *MSP w perspektywie przystąpienia Polski do Unii Europejskiej – jak właściciel małej firmy postrzega jednolity rynek europejski?*, w: Szanse rozwoju regionu gdańskiego w warunkach konkurencyjności, pod redakcją D. Rucińskiej, PTE Gdańsk.
- Dostosowanie małych i średnich przedsiębiorstw do funkcjonowania w Unii Europejskiej, [1999], Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Krajowa Izba Gospodarcza, Warszawa.
- Innowacje 97. Raport z badań empirycznych, [1998], Kierownictwo naukowe badań – J. Kotowicz-Jawor, „Gospodarka Narodowa” nr 5-6.
- Innowacyjność polskich MSP, [2001], raport z badań przeprowadzonych przez Centrum Doradztwa Strategicznego na zlecenie PARP, Warszawa.
- Janeczek U., [2001], *Proces internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw w świetle wyników badań empirycznych*, w: Wspólna Europa. Przedsiębiorstwo wobec globalizacji, SGH, PWE, Warszawa.
- Karpińska-Mizielińska W., [2003], *Wiosenny przegląd pomocy publicznej w Unii Europejskiej*, „Wspólnoty Europejskie”, nr 6 (141).
- Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw, [2001], badania Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, maszynopis.
- Marczewski K. (red), [2001], *Polscy eksporterzy w latach 1994-2000. Wyniki badań ankietowych*, „Problemy Handlu Zagranicznego” nr 23, Instytut Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego, Warszawa.
- Mizgajski H., [2000], *Bariery wprowadzania innowacji do małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych w Wielkopolsce*, Gospodarka Narodowa, nr 1-2.
- Raport o pomocy publicznej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2002 r., [2003], UOKiK, Warszawa, sierpień.
- Sytuacja małych przedsiębiorstw, [2001], badania GfK Polonia wykonana na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, maszynopis.

- Tavakol, McKieran, [1999], *SMEs Strategic Reaction to the Single Market Announcement: Evidence from Scottish Manufacturing Firms*, „Journal of Small Business Management”(37) (1).
- Udział Polski w Jednolitym Rynku. Korzyści i koszty dla poszczególnych grup i wybranych sektorów, [2002], Praca zbiorowa pod kierunkiem E. Kaweckiej-Wyżykowskiej. Opracowanie wykonane dla Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, IKCHZ, Warszawa grudzień, maszynopis.
- Uwarunkowania europejskie w zarządzaniu przedsiębiorstwami w Polsce, [2001], Raport z badań pod kierunkiem M. Strużyckiego, SGH, Warszawa, maszynopis.

BARRIERS TO OPERATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES ON THE SINGLE EUROPEAN MARKET IN THE OPINION OF ENTREPRENEURS

Summary

The aim of the article is to identify barriers and threats associated with operation of small and medium-sized enterprises on the European Union market, as well as to evaluate the ability of these entities to compete on the European market. The authors formulate a theses that in the early years of their membership there firms will have to incur sizeable expenditure on adjustment to operation on the Single European Market, which may adversely affect their competitiveness. High costs of these adjustments are bound to have, in the first place, an adverse impact on activities on the smallest companies in this sector.

The article presents results of empirical research carried out in 2003 in enterprises within the framework of „The Impact of State Aid Instruments on Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises. Poland – European Union. A Comparative Study” (a project sponsored by the State Scientific Research Committee”. It attempts to answer the question of the way in which entrepreneurs perceive their current market position and of the changes expected in that area after Poland's accession to the EU. In addition to that, ways in which the analysed entities react to the new situation have been analysed, with special stress put on overcoming of barriers to development. The authors have also pointed out that to solve the problems due to emerge in company operation on the Single European Market will require support on the part of economic policy of the Government, including state aid instruments.