

# Lemański, Ireneusz

---

## Spoleczno-ekonomiczne czynniki wpływające na rozwój małej i średniej przedsiębiorczości w warunkach bezrobocia

---

Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego 9, 43-49

---

1995

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

IRENEUSZ LEMAŃSKI

## **Spoleczno-ekonomiczne czynniki wpływające na rozwój małej i średniej przedsiębiorczości w warunkach bezrobocia**

Kierunek społeczno-gospodarczego rozwoju kraju zależy od wyznaczenia celów perspektywicznych i stałego ich utrzymania w polu widzenia. W realizacji programu rozwoju na plan pierwszy wysuwają się cele społeczno-polityczne i związane z nimi zadania gospodarcze. Na treść i sposób realizacji wyznaczonych celów duży wpływ mają zmiany systemu politycznego w Europie Środkowo-Wschodniej. Odejście od gospodarki centralnie sterowanej w stronę ekonomii wolnego rynku musiało w sposób zasadniczy wpłynąć na charakter i zasięg przekształceń struktury własnościowej środków produkcji. Dokonywane zmiany stosunków własnościowych miały zdecydowany wpływ na kierunek i dynamikę rozwoju województwa ostrołęckiego. Elementem przyspieszającym zachodzące zmiany w stosunkach własnościowych jest napływ obcego kapitału, który w sposób znaczący przyczynił się do rzeczowej i jakościowej zmiany życia gospodarczego.

Obecnie w województwie funkcjonuje około 60 podmiotów z kapitałem zagranicznym, w tym najczęściej z niemieckim, włoskim, austriackim, amerykańskim (USA), duńskim, szwedzkim, holenderskim, fińskim a nawet rosyjskim.

Pozytywne zmiany są szczególnie widoczne w organizacji pracy. Większego znaczenia nabrały rozwiązania zawierające elementy ekonomicznej i psychologicznej motywacji do wydajniejszej pracy. Natomiast postęp naukowo-techniczny stał się głównym wyznacznikiem nowoczesności i gwarantem utrzymania się na rynku ciągle ulepszanych bądź rodzących się nowych produktów. Efektem wspólnej działalności polskiego i zagranicznego kapitału jest produkcja wyrobów z betonu dla budownictwa, mebli i artykułów meblarskich, artykułów spożywczych, kosmetyków, odzieży.

Poza produkcją świadczone są usługi transportowe, spedycyjne, konsultingowe, pralnicze, budowlano-montażowe, wykończenia lokali mieszkalnych, użytkowych i innych.

Potrzeby podejmowania wyspecjalizowanych poczynań związanych z polityką sprzedaży, mającej na celu stworzenie, utrzymanie lub rozszerzenie rynku, stały się przesłanką narodzenia się nowej gałęzi wiedzy, jaką jest marketing.

Zmiany ustrojowe nie dla wszystkich miały pozytywny wydźwięk. W związku z bankructwem wielu ekonomicznie słabych przedsiębiorstw, likwidacją nierentownych firm, czy też koniecznością zmniejszenia liczby pracujących osób pojawiło się zjawisko bezrobocia. Fakt ten pozwala stwierdzić, że głównym czynnikiem powstania i trwania bezrobocia jest recesja gospodarcza. Tak więc podstawowym warunkiem zmniejszenia bezrobocia jest większe ożywienie naszej gospodarki i uruchomienie mechanizmów pobudzających powstanie nowych miejsc pracy. Wymaga to traktowania rynku pracy jako integralnego elementu długofalowej polityki gospodarczej państw.

Dotychczas głównym celem polityki rynku pracy jest zapewnienie bezrobotnym i pracownikom zagrożonym utratą pracy osłony socjalnej obejmującej system zasiłków, opiekę lekarską. Ma to przynajmniej w części przyczynić się do zapoczątkowania tworzenia warunków powrotu do czynnego życia zawodowego bezrobotnych.

Wydłużający się czas pozostawania bez pracy wymaga podtrzymywania aktywności zawodowej bezrobotnych m.in. poprzez czasowe ich zatrudnienie. Osiągnąć to możemy poprzez zwiększenie stosowania form aktywnego przeciwdziałania bezrobociu, zróżnicowania programów i form działań adresowanych do różnych grup społecznych. Dlatego programy przeciwdziałania bezrobociu i środki zabezpieczające ich realizację w większym zakresie powinny uwzględnić cechy regionalnych rynków pracy. W większym stopniu powinny być promowane działania organizacji pozarządowych.

Szerokie wykorzystywanie zasobów pracy jest jednym z najważniejszych i najbardziej aktywnych czynników rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, w tym również i naszego województwa.

Na koniec 1995 roku liczba bezrobotnych w województwie ostrołęckim wyniosła 37.792 tys. wśród nich 17.041 tys. tj. 45,1 proc.

pozostawało bez pracy powyżej 12 miesięcy, natomiast ludzi młodych do 24 roku życia było 14.136 tys., tj. 37,4 proc.

Bezrobocie długookresowe jest bardzo ważnym społecznym problemem, nie tylko w naszym województwie. Pod względem bezrobocia długookresowego Polska znajduje się na trzecim miejscu w Europie po Hiszpanii i Irlandii. Wskaźnik bezrobocia długookresowego jest prawie dziesięciokrotnie wyższy niż np. w USA. Polska znalazła się również wśród krajów o najwyższej stopie bezrobocia osób do 24 roku życia. Bezrobocie niesie za sobą ogromne straty i dotkliwe skutki społeczne, wyrażające się w degradacji dużych grup społecznych, która dotyczy w szczególności rodzin osób bezrobotnych. „Podobnie jak w wielu innych krajach, także w Polsce, istnieje związek między wzrostem bezrobocia, szczególnie długotrwałego, a rozszerzaniem się procesów o charakterze patologicznym”.<sup>1</sup>

Stąd szczególnego znaczenia nabiera każde działanie na rzecz zwiększenia liczby miejsc pracy. Jednym z nich jest samozatrudnienie będące wyrazem przedsiębiorczości, które bez organizacyjnego, merytorycznego i finansowego wsparcia państwa, przy ogólnym ubóstwie osób długo pozostających bez pracy nie ma szans powodzenia. Przedsiębiorczość można odnieść do każdej formy aktywności zawodowej. Jednak z naszego punktu analizowanego problemu bezrobocia najważniejszą sprawą jest rozwój małych i średnich firm oraz przedsiębiorstw. Dlatego niezbędne jest takie pokierownie gospodarczym rozwojem kraju, by problem zatrudnienia i bezrobocia stał się integralną częścią programów społeczno-gospodarczego rozwoju.

Ważnymi elementami mającymi wpływ na promocję przedsiębiorczości są: polityka podatkowa, kredytowa, inwestycyjna, stopa procentowa, gwarancje kredytowe i kurs walutowy.

W dużej mierze są one kształtowane pod wpływem mechanizmów gospodarki rynkowej. Jednak same zjawiska ekonomiczne mogą być stymulowane poprzez politykę makroekonomiczną uwzględniającą kompleksowe podejście do problematyki rynku pracy.

Uruchomienie branżowych i regionalnych działań oraz środków sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości miałyby bezpośredni

<sup>1</sup> Rada Ministrów „Program Promowania Produktywnego Zatrudnienia i Zmniejszenia Bezrobocia”, Warszawa, 21 II 1995 r., s. 4

wpływ na powstanie nowych i rozwój już istniejących małych i średnich przedsiębiorstw.

Obecnie małe firmy najczęściej funkcjonują w następujących obszarach:

- usługi,
- produkcja dóbr konsumpcyjnych, na które popyt jest niewielki i zindywidualizowany, np. ekskluzywna odzież, elementy wyposażenia mieszkań,
- wytworzenie wyrobów, których produkcja ze względu na wysokie koszty przeważa w stosunku do wartości,
- kooperacja z wielkimi firmami, wytwarzanie podzespołów, półproduktów na ich zamówienie.

Powyższe rozważania pozwalają stwierdzić, iż na rozwój przedsiębiorczości mają wpływ czynniki obiektywne i subiektywne. Wśród obiektywnych największe znaczenie mają:

1. Cechy rynku, na którym przedsiębiorstwo funkcjonuje.

Inaczej następuje budowanie pozycji, gdy przedsiębiorstwo wchodzi na rynek.

2. Dostęp do kapitału.

Brak możliwości systematycznego zasilania małych przedsiębiorstw kapitałem powoduje zatrzymanie tempa wzrostu. Bez zachowania płynności finansowej niemożliwe jest normalne funkcjonowanie firmy.

3. Dostęp do rzetelnych informacji gospodarczych.

Informacja jest podstawą rozwoju każdej firmy. Jej brak ogranicza poważne możliwości rozwojowe. Rodzi niebezpieczeństwo skorzystania z informacji błędnych i kosztownych.

4. Elementy polityki gospodarczej.

Istotną barierą rozwoju firmy może być polityka gospodarcza rządu odzwierciedlona w ustawodawstwie, między innymi odnoszącym się do sfery podatków.

Spośród czynników subiektywnych szczególnego znaczenia nabierają następujące:

1. Orientacja produktowa przedsiębiorstw.

2. Brak klarownej wizji przedsiębiorstwa.

3. Niewłaściwy podział zadań.

4. Problemy kalkulacji cen wyrobów.

Według Ewy Bachanowicz przedsiębiorcy proces tworzenia rozpoczynają najczęściej od myślenia o produkcie, o tym, w jaki sposób go wyprodukować, aby był w ich pojęciu optymalny. Autorka proponuje orientację produktową zastąpić marketingową, nastawioną na najlepsze zaspokojenie potrzeb klientów. W tej orientacji klient jest najważniejszy i dlatego każdy przedsiębiorca musi nastawiać się na badanie potrzeb i preferencje klientów z zamiarem ich najlepszego zaspokojenia. Trzeba zawsze pamiętać, że klienci nie kupują produktów, lecz nabywają korzyści za nimi ukryte. Wiąże się to z koniecznością dostosowania oferty do wymagań klienta, bowiem „Jeśli nie myślisz o kliencie, to znaczy, że wcale nie myślisz” (T. Levitt) <sup>2</sup>

Profesor Tadeusz Sztucki zadowolonego klienta charakteryzuje następująco:

- kupuje więcej i pozostaje dłużej związany z przedsiębiorstwem,
- kupuje nowe produkty tego samego przedsiębiorstwa,
- wypowiada się korzystnie o przedsiębiorstwie i jego produktach,
- dzieli się z przedsiębiorstwem swymi potrzebami, uwagami i pomysłami.

Orientacja marketingowa przedsiębiorstwa na nabywców wymaga realizacji, koncepcji Marketing – miks „4 P”:

- „1. Product – produkt i jego rynkowe wyposażenie.
2. Price – cena i warunki transakcji.
3. Product distribution – dystrybucja produktu.
4. Promotion – promocja” <sup>3</sup>

Między poszczególnymi elementami muszą zawsze występować ścisłe związki i zależności, z jednoczesnym zachowaniem kolejności. Projektowanie wykorzystania instrumentów marketingowych powinno następować przed podjęciem produkcji.

Nawiązując do wcześniej wymienionej potrzeby posiadania wizji przedsiębiorstwa należy stwierdzić, że polscy przedsiębiorcy są naj-

---

<sup>2</sup> Tadeusz Sztucki „Marketing kluczem do sukcesów na rynku” Warszawa, 1995r. s.(materiał przygotowany na szkolenie osób bezrobotnych za pośrednictwem przekazu telewizyjnego, w dniu 4 listopada 1995 r.

<sup>3</sup> 3. Ewa Bachanowicz „Bariery wzrostu MŚP, Warszawa, 1995r. s.3 (materiał przygotowany na szkolenie osób bezrobotnych za pośrednictwem przekazu telewizyjnego) w dniu 2 grudnia 1995r.

częściej skoncentrowani na dniu bieżącym przedsiębiorstwa. W rezultacie tego gdy występują zakłócenia w produkcji wynikającej z niewłaściwego funkcjonowania maszyn i urządzeń osobiście jeżdżą po części zamienne i starają się dopilnowywać naprawy.

Dla tej sytuacji charakterystyczne mogą być różne zdarzenia, w których przedsiębiorca zawsze sam osobiście stara się zastąpić pracownika. Pracowników zatrudnia jedynie do bardzo prostych czynności, pozostałe albo bardzo dokładnie nadzoruje, albo realizuje sam. W rezultacie przedsiębiorcy nie mają czasu zająć się strategią przedsiębiorstwa a tym samym w ich działaniu przeważa element bieżącej interwencji, nie ma określonego celu do którego dąży.

Niewłaściwy podział zadań charakteryzują następujące cechy:

- skupienie uprawnień decyzyjnych w jednych rękach,
- brak stałego podziału zadań i bardzo duży margines dowolności,
- brak przemyślanej struktury organizacyjnej.

Ważnym problemem mającym swoje odzwierciedlenie w wynikach finansowych przedsiębiorstwa jest kalkulacja cen. Najczęściej występujące błędy to:

- brak uwzględnienia wszystkich elementów kosztów w kalkulacji,
- zbyt wysokie koszty stałe oraz nieumiejętność uwzględniania w kalkulacji kosztów stałych,
- brak umiejętności promowania swoich wyrobów a tym samym szybkie przegrywanie w konkurencji cenowej z innymi silniejszymi producentami.

Powyższa analiza pozwala nam w dużym zarysie określić, jakie umiejętności potrzebne są dla osób zarządzających przedsiębiorstwem. Taka osoba powinna potrafić:

- opracowywać biznes plan,
- trafnie wybierać prawną formułę własności,
- planować strategię marketingową,
- wybierać lokalizację przedsiębiorstwa,
- przyjmować właściwe sposoby finansowania przedsiębiorstwa,
- rozwiązywać problemy prawne wynikające z charakteru prowadzonej działalności,
- korzystać z istniejących regulacji prawnych,
- zarządzać przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji,

- kierować zespołami ludzkimi,
- zarządzać finansami,
- właściwie zabezpieczać się przed możliwością bankructwa.

\* \* \*

Powyższy artykuł w skrócie zasygnalizował czynniki i uwarunkowania mające wpływ na rozwój małej i średniej przedsiębiorczości. Dokładniejsze ich przedstawienie wymaga pogłębionej analizy zarówno socjologicznej jak i ekonomicznej. Mieszczą się one w planach badawczych Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Ostrołęce na 1996 rok. Dopiero po dokładniejszym poznaniu problemów związanych z rozwojem przedsiębiorczości, zarówno ze strony przedsiębiorców jak i osób bezrobotnych, próbujących we własnym zakresie stworzyć dla siebie stanowisko pracy, będzie można wnikliwiej wskazać drogi prowadzące do sukcesu. W obecnych warunkach naszego województwa wymienione czynniki występują najczęściej, jednak ich skala systematycznie ulega zmianie i w dużej mierze zależy od globalnej polityki państwa, szczególnie wyrażającej się w ustawodawstwie odnoszącym się do rynku pracy.

### Literatura

1. Witold Sartorius „Instytucje i programy pomocowe w restrukturyzacji regionów”, /w:/ „Rozwój regionalny w Polsce, Warszawa 1994 r., Fundacja im. Friedricha Eberta. Przedstawicielstwo w Polsce, zbiór dokumentów z konferencji w Warszawie odbytej w dniach 30.09 – 1.10.1993 r.
2. Sprawozdanie Zespołu do spraw Małych i Średnich Przedsiębiorstw wydane w maju 1993 r. pt „Inwestowanie w przyszłość”, przy pomocy Gabinetu Ministra d/s Promocji Przedsiębiorczości oraz Projektu Gemini dla Małych Przedsiębiorstw.
3. Krzysztof B. Matusiak i Krzysztof Zasiadły „Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce”, SOOlIP Raport – 1995, druk: Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi.