

SADECKA IZBA GOSPODARCZA
WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU - NLU

dr Marta Gancarczyk
dr Jacek Gancarczyk

CZYNNIKI ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

Nowy Sącz 2007

WSTĘP	3
ROZDZIAŁ I	7
EKONOMICZNE I INSTYTUCJONALNE UWARUNKOWANIA POWSTAWANIA I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW W REGIONIE.....	7
1.1 TRADYCYJNE CZYNNIKI POWSTAWANIA I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW	7
1.2 WSPÓŁCZESNE CZYNNIKI POWSTAWANIA I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW .	11
1.3 INSTYTUCJONALNE CZYNNIKI POWSTAWANIA I ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW W REGIONIE NA PODSTAWIE BADAŃ EMPIRYCZNYCH.....	15
1.4 REGIONALNE CZYNNIKI KONKURENCYJNOŚCI FIRM NA PRZYKŁADZIE KLASTERÓW	18
ROZDZIAŁ II.....	25
OBSZARY I INSTRUMENTY WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W POLITYCE ROZWOJU REGIONALNEGO	25
2.1 INSTRUMENTY REALIZACJI POLITYKI WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W OBSZARACH ZAKŁADANIA FIRM I FINANSOWANIA ROZWOJU	25
2.2. INSTRUMENTY REALIZACJI POLITYKI WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W OBSZARACH INFORMACJI ORAZ BADAŃ I ROZWOJU.....	27
2.3. INSTRUMENTY REALIZACJI POLITYKI WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W OBSZARACH INTERNACJONALIZACJI/EKSPORTU, ZATRUDNIENIA I OGRANICZENIA BIUROKRACJI.....	28
ROZDZIAŁ III	31
METODYKA BADANIA EMPIRYCZNEGO.....	31
ROZDZIAŁ IV.....	34
CZYNNIKI ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI – WYNIKI BADAŃ	34
4.1. WEWNĘTRZNE I ZEWNĘTRZNE CZYNNIKI ROZWOJU W ŚWIETLE BADAŃ.	34
4.2. SZANSE I ZAGROŻENIA ROZWOJU W OPINII PRZEDSIĘBIORCÓW A DIAGNOZA POTENCJAŁU I OTOCZENIA FIRM W DOKUMENTACH PROGRAMOWYCH DOTYCZĄCYCH ROZWOJU MAŁOPOLSKI NA LATA 2007-13.....	69
4.3. CZYNNIKI ROZWOJU W OPINII PRZEDSIĘBIORCÓW A OBSZARY I INSTRUMENTY WSPARCIA DLA FIRM W DOKUMENTACH PROGRAMOWYCH DOTYCZĄCYCH ROZWOJU MAŁOPOLSKI NA LATA 2007-13.....	82
ROZDZIAŁ V	89
REKOMENDACJE ZWIĄZANE Z KSZTAŁTOWANIEM POLITYKI WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM.....	89
LITERATURA:	94
SPIS TABEL	95
SPIS RYSUNKÓW	96

WSTĘP

W niniejszym opracowaniu przedstawiono wyniki badania pod nazwą: „Czynniki rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim”. Celem głównym badania było określenie szans i zagrożeń dla powstawania i wzrostu przedsiębiorstw w województwie małopolskim. Rozwój przedsiębiorczości traktujemy jako rozwój sektora przedsiębiorstw prywatnych, tj. powstawanie nowych i wzrost istniejących firm, zarówno mikro, małych i średnich (MSP), jak i dużych. Koncentrujemy się jednak na przedsiębiorstwach z grupy MSP, ze względu na ich zdecydowanie dominujący udział w populacji firm oraz ze względu na niesprawności rynku, które dotyczą firm o mniejszym rozmiarze, co uzasadnia skierowanie do nich właśnie polityki wsparcia.

Realizacji celu głównego służyły następujące cele cząstkowe:

1. Określenie ekonomicznych i instytucjonalnych uwarunkowań powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w regionie, na podstawie ekonomicznych koncepcji rozwoju regionalnego oraz badań empirycznych w tym zakresie.
2. Analiza obszarów i instrumentów wspierania przedsiębiorczości w polityce rozwoju regionalnego krajów Unii Europejskiej.
3. Opracowanie metodyki badania empirycznego obejmującej szczegółowe cele, metody i narzędzia badawcze, pytania badawcze, sposób doboru grupy docelowej.
4. Analiza wewnętrznych, związanych z potencjałem firm, czynników rozwoju, w świetle wyników badania ankietowego.
5. Analiza zewnętrznych, związanych z otoczeniem ekonomicznym i instytucjonalnym, czynników rozwoju przedsiębiorczości, w świetle badania ankietowego.
6. Określenie spójności postrzeganych przez przedsiębiorców szans i zagrożeń z diagnozą potencjału i otoczenia przedsiębiorczości zawartą w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013.
7. Określenie spójności postrzeganych przez przedsiębiorców potrzeb w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu z obszarami i

instrumentami wspierania firm w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013.

8. Identyfikacja kierunków, obszarów i instrumentów wsparcia, wynikających z analizy szans i zagrożeń rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim.

Sformułowano następujące pytania badawcze:

1. Jakie ekonomiczne i instytucjonalne czynniki warunkują procesy powstawania i wzrostu przedsiębiorstw w regionie w świetle koncepcji ekonomicznych i badań empirycznych?
2. Jakie obszary i instrumenty wspierania przedsiębiorczości stosowane są w polityce rozwoju regionalnego w krajach Unii Europejskiej?
3. Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy potencjału badanych firm (silne i słabe strony)?
4. Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy czynników w otoczeniu badanych przedsiębiorstw?
5. Czy występuje spójność postrzeganych przez przedsiębiorców szans i zagrożeń z diagnozą potencjału i otoczenia przedsiębiorczości zawartą w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?
6. Czy postrzegane przez przedsiębiorców potrzeby w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu spójne są z obszarami i instrumentami wspierania firm w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?
7. Jakie kierunki, obszary i instrumenty wsparcia dla rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim wynikają z analizy badań?

Podstawowe metody i narzędzia badawcze wykorzystane dla realizacji celów opracowania obejmują: ankietę, analizę statystyczną danych, analizę dokumentów programowych dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w latach 2007-13, analizę koncepcji ekonomicznych i badań empirycznych w dziedzinie czynników rozwoju regionalnego oraz badań empirycznych w tym zakresie.

Dla tworzenia strategii i programu działań operacyjnych rozwoju województwa, a także ich oceny bieżącej i po zakończeniu realizacji, istotne jest monitorowanie opinii

przedsiębiorców na temat determinantów sukcesów lub niepowodzeń w działalności gospodarczej. Badanie koncentruje się na identyfikacji determinantów wynikających z potencjału firm (czynniki wewnętrzne) oraz uwarunkowań otoczenia (czynniki zewnętrzne). Rozpatrywano czynniki zewnętrzne o charakterze regionalnym, tj. specyficzne dla województwa i mające źródło w jego ekonomicznej i instytucjonalnej charakterystyce.

Grupę docelową tworzyli członkowie samorządu gospodarczego w województwie małopolskim. Respondent został wybrany ze względu na istotny dla celów badania profil. Przedsiębiorcy zrzeszeni w samorządzie gospodarczym to jednostki aktywne i nastawione na poszukiwanie szans rozwojowych. Reprezentują najczęściej firmy wzrostowe, poszukujące wsparcia w realizacji strategii oraz źródeł informacji i wiedzy.

W rozdziale I opracowania przedstawiono podstawowe regionalne czynniki wpływające na decyzje o zakładaniu firm i rozwoju istniejących przedsiębiorstw. Czynniki wyłoniono na podstawie analizy koncepcji ekonomicznych i badań empirycznych rozwoju regionalnego.

W rozdziale II scharakteryzowano podstawowe obszary i instrumenty wspierania przedsiębiorczości w rozwoju regionalnym krajów Unii Europejskiej.

W dwóch pierwszych częściach opracowania przedstawiono kompendium praktycznej wiedzy na temat czynników rozwoju przedsiębiorczości oraz podstawowych instrumentów jej wspierania w polityce rozwoju regionalnego. Ponadto, wypracowano podstawy metodyczne badania.

W rozdziale III omówiono metodykę badania ankietowego, model koncepcyjny badania empirycznego, cel główny i szczegółowe oraz pytania badawcze. Określono profil grupy docelowej oraz próby zbadanej.

Rozdział IV zawiera analizę i interpretację wyników badania ankietowego oraz analizy dokumentów programowych związanych z rozwojem Małopolski na lata 2007-13. Przedstawiono wyniki badania dotyczące czynników rozwoju związanych z potencjałem firm (czynniki wewnętrzne) oraz czynników związanych z regionalnym

otoczeniem firm (czynniki zewnętrzne). Analizę prowadzono pod kątem określenia spójności postrzeganych przez przedsiębiorców szans i zagrożeń z diagnozą potencjału i otoczenia firm (silne i słabe strony sektora przedsiębiorstw, szanse i zagrożenia) zawartą w dokumentach programowych dotyczących rozwoju Małopolski na lata 2007-13. Następnie, zanalizowano czynniki rozwoju w opinii przedsiębiorców wobec obszarów i instrumentów wsparcia dla firm, określonych w dokumentach programowych dotyczących rozwoju Małopolski na lata 2007-13. Zbadano spójność postrzeganych przez przedsiębiorców potrzeb w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu z obszarami i instrumentami wspierania firm wynikającymi z dokumentów programowych na lata 2007-13.

W rozdziale V przedstawiono rekomendacje związane z kształtowaniem polityki wspierania przedsiębiorczości w województwie małopolskim.

Autorami projektu badań oraz niniejszego raportu są pracownicy Wyższej Szkoły Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu.

Rozdział I

Ekonomiczne i instytucjonalne uwarunkowania powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w regionie

Celem rozdziału jest identyfikacja na poziomie regionalnym czynników, które wpływają na procesy założycielskie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. Dla wypełnienia funkcji MSP w rozwoju regionalnym ma znaczenie liczba nowo tworzonych przedsiębiorstw i ich jakość oraz potencjał (ilościowy – /rozmiar, zasoby finansowe i rzeczowe/ - i jakościowy, /zasoby ludzkie i zasoby niematerialne/), który wpływa na możliwości przetrwania i podnoszenia konkurencyjności. Świadczą o tym przykłady województw o bardzo wysokiej i wysokiej konkurencyjności, w których rozmiar firm utrzymuje się na poziomie powyżej przeciętnej i liczba nowo tworzonych przedsiębiorstw również jest wyższa niż w regionach o słabszej konkurencyjności. Udział MSP w gospodarce regionu wpływa na jego konkurencyjność. Zależność między MSP i regionem nie ma jednak oczywiście charakteru jednostronnego. Region wytwarza bowiem otoczenie, które ma silny wpływ na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, a firmy coraz częściej konkurują wraz ze swymi terytoriami. Regionalne determinanty powstawania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw mają charakter splotu czynników ekonomicznych i instytucjonalnych, na co wskazuje analiza klasterów, jako geograficznych skupisk firm działających w jednym lub ograniczonej liczbie powiązanych sektorów.

1.1 Tradycyjne czynniki powstawania i rozwoju przedsiębiorstw

Teorie lokalizacji zajmują się przyczynami wyboru miejsca i mechanizmem rozwoju konkretnych ośrodków przemysłowych, w oparciu o przesłanki wynikające z cech określonej przestrzeni. Ich przedmiotem jest problem alokacji czynników produkcji w przestrzeni. Teorie lokalizacji zajmują się przyczynami powstawania określonych struktur przemysłu (organizacji przemysłu) w danej przestrzeni. Ich wnioski są zatem istotne z punktu widzenia polityki rozwoju regionalnego. Teorie lokalizacji identyfikują czynniki powstawania biegunów wzrostu, badając przesłanki wyborów miejsca działalności gospodarczej w określonej przestrzeni, a przez to wskazują także czynniki powstawania MSP.

Racjonalne wybory lokalizacyjne odnoszą się głównie do firm dużych, a w przypadku firm małych, dotyczą szczególnej grupy w obrębie sektorów zaawansowanych technologii. MSP mają zatem w teoriach lokalizacji pozycję biernego podmiotu. Uznaje się, że miejsce ich powstawania jest zasadniczo uzależnione od miejsca zamieszkania przedsiębiorcy¹. Stąd, właściwie nie można analizować decyzji o lokalizacji MSP jako racjonalnych, gdyż są one zdeterminowane. Ta diagnoza powoduje jednak wniosek o szczególnym uzależnieniu powstawania firm małych i średnich od otoczenia. Teorie lokalizacji mogą bowiem służyć objaśnieniu regionalnych czynników powstawania MSP. Lokalne warunki wpłyną na powstanie firmy lub zarzucenie pomysłu jej utworzenia, bo przedsiębiorca nie ma skłonności do przemieszczania się. Wciąż niewielka skłonność do ruchów migracyjnych w Polsce każe potwierdzić wagę kształtowania terytorialnych warunków otoczenia firm².

Zdaniem R. Gordona i L. Kimballa³ tradycyjna teoria lokalizacji, rozwijana przez A. Webera, A. Löschę i W. Isarda zajmowała się kosztem transakcji jednostek, które opracowały swoje strategie lokalizacyjne biorąc pod uwagę rozmieszczenie czynników wytwórczych i rynków zbytu. Podstawowy wpływ na decyzje lokalizacyjne miały koszty transportu, przez co cała teoria lokalizacji mogła przyjąć sformalizowaną, matematyczną postać, biorąc za kryterium podejmowania decyzji minimalizację kosztów lub maksymalizację zysku. Tradycyjna teoria lokalizacji zajmuje się tylko działaniami agentów, polegającymi na dostosowaniu się do istniejącej rzeczywistości a nie działaniami przekształcającymi istniejącą rzeczywistość⁴.

W tradycyjnej teorii lokalizacji, jako czynniki lokalizacyjne dla przedsiębiorstwa wskazywano przede wszystkim koszty uzyskania surowców, transportu - dostępu do rynku, różniczkowe koszty siły roboczej oraz czynniki dodatkowe jak efekt aglomeracji i korzyści zewnętrzne, które stanowią dobra pozyskiwane z otoczenia bezpłatnie i na rozmiar których przedsiębiorca nie ma wpływu⁵. Wśród korzyści

¹ Stackelberg von K., Hahne U., *Teorie rozwoju regionalnego*, [w:] *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1998, s. 29.

² R. Buckley, R. Maurer, *Decentralizacja w Polsce: tworzenie potencjału racjonalnego zarządzania i integracji z Unią Europejską*, opracowanie Banku Światowego, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 7-8, http://www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0007_8/KULESZA.HTML

³ Gordon R. Kimball L. (1987), *The Impact of Industrial Structure on Global High Technology Location*, w: Brothie J.F., Hall P., Newton P.W. (red.), *The Spatial Impact of Technological Change*, Croom Helm, London.

⁴ Steiner M., *How Different Are Regions? An Evolutionary Approach to Regional Inequality*, [w:] Peschel K. (red.), *Infrastructure and Space Economy*, Springer Verlag, Berlin 1990.

⁵ Gorzelak G., Jałowiecki B., *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1, vol. 1, 2000, s. 12

zewnątrznych można wymienić dostęp do infrastruktury komunikacyjnej, bliskość wykwalifikowanych kadr i dostawców oraz odbiorców. Tradycyjna szkoła lokalizacji, określana jako „strukturalistyczna”, przyjmuje założenie o silnym podziale na centrum i peryferie, przy czym centrum (aglomeracja) koncentruje działalność gospodarczą.

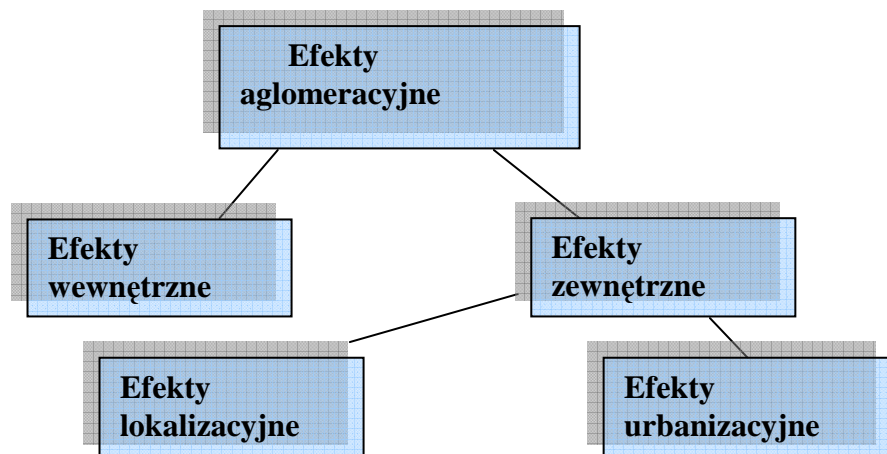
Rozwinięte przez von Böventnera teorie Christallera i Löschę wskazują, że w miastach skupiających popyt i podaż (tzw. miejscach o wysokiej centralizacji) aktywność ekonomiczna koncentruje się silniej niż w miejscach o małej centralizacji.

Przyczynami przestrzennej koncentracji gospodarczej są:

1. Cechy charakterystyczne dla danej dziedziny działalności gospodarczej (np. wymagany przez nią określony minimalny popyt).
2. Powiązanie tej działalności gospodarczej z innymi (np. potrzeba działania w powiązaniach podwykonawczych).

Korzystne skutki koncentracji aktywności wpływają nie tylko na kontakty między przedsiębiorstwami, ale także na ich kontakty z klientami. Większa liczba ofert może znacznie podnosić atrakcyjność danej przestrzeni z punktu widzenia konsumentów. W ten sposób powstaje zjawisko skumulowanego popytu, który jeszcze bardziej podnosi atrakcyjność takiej lokalizacji w oczach innych producentów i pogłębia proces koncentracji. Wpływ efektów aglomeracyjnych na ten proces ilustruje rys.4.

Rysunek 1. Efekty aglomeracyjne



Źródło: K. von Stackelberg, U. Hahne, op. cit. s. 49

- Efekty wewnętrzne - pojawiają się wtedy, gdy wielkość osiągniętych zysków pozwala przedsiębiorstwu na wykorzystanie dotychczas nie wykorzystywanych zdolności produkcyjnych. Efekty wewnętrzne mogą - w przypadkach niekorzystnej koniunktury - prowadzić do wzrostu kosztów związanych z nadwyżką zdolności produkcyjnej.
- Efekty zewnętrzne - są to skutki powiązań między podmiotami ekonomicznymi (np. państwem, przedsiębiorstwami, gospodarstwami domowymi), zachodzących wewnątrz aglomeracji i w przestrzeni, na którą aglomeracja ma wpływ. Wśród tych skutków można wyróżnić: efekty lokalizacyjne i urbanizacyjne.

Efekty lokalizacyjne - mogą pojawić się między różnymi zakładami tej samej branży. Pozytywne efekty lokalizacyjne mogą być wywoływane przez: koncentrację możliwych do wykorzystania surowców naturalnych, wytworzenie specjalistycznych rynków pracy oraz kierunki badań służące rozwojowi danej branży, infrastrukturę instytucjonalną itd. Wymienione korzyści lokalizacji mają szczególne znaczenie dla przedsiębiorstw małych i średnich, gdyż firmy duże podobne korzyści mogą osiągać same, tj. mogą one być generowane samodzielnie przez dużą firmę.

Efekty urbanizacyjne - w przeciwieństwie do efektów lokalizacyjnych występują między przedsiębiorstwami różnych branż. Skutki te (pozytywne lub negatywne) i wynikają z charakteru aktywności gospodarczej regionu. Korzystne efekty urbanizacyjne mogą być wywołane przez:

- wielkość rynków zbytu;
- dostępność wykwalifikowanej siły roboczej;
- dostępność usług niezbędnych w procesie produkcji, prowadzenie badań naukowych, korzystną infrastrukturę komunikacyjną;
- możliwość bezpośrednich, społecznych i ekonomicznych kontaktów z innymi przedsiębiorstwami i decydentami;
- wielość ofert konsumpcyjnych, możliwości spędzania czasu wolnego, możliwość uczestnictwa w życiu kulturalnym.

P. Krugman, odwołując się do obserwacji A. Marshalla⁶, zwraca uwagę na znaczenie regionalnych procesów koncentracji i specjalizacji przemysłu. Podstawowe czynniki lokalnej specjalizacji to⁷:

1. Występowanie dużego popytu i jednocześnie podaży wykwalifikowanego personelu, w dziedzinach związanych ze specjalizacją regionu.
2. Koncentracja wyspecjalizowanych dostawców, którzy poszukują lokalizacji blisko rynku zbytu.
3. Efekty rozprzestrzeniania technologii (*technological spillover effects*), dzięki intensywnej wymianie informacji.

Zwróćmy uwagę, że autor dopiero na trzecim miejscu wśród podstawowych trzech czynników lokalizacji przemysłu wymienia rozprzestrzenianie technologii, uznając, że efekt ten stosuje się do przemysłów zaawansowanych technologicznie. Krugman kładzie nacisk przede wszystkim na korzyści skali i niskie koszty dystrybucji towarów, a zatem niskie koszty transportu. **Biorąc pod uwagę punkty koncentracji przedsiębiorczości w województwie małopolskim, można przyjąć, iż potwierdzają się tezy o znaczeniu efektu skupiania się w przestrzeni firm wokół miast i oraz o geograficznym skupianiu się pewnych sektorów działalności, ze względu na wymienione wcześniej czynniki lokalizacji.**

1.2 Współczesne czynniki powstawania i rozwoju przedsiębiorstw

Nowa teoria lokalizacji poszukuje determinantów regionalnego potencjału innowacyjnego, które mogą być decydującym czynnikiem skłaniającym przedsiębiorców do lokalizacji zakładów zaawansowanej technologii w danym regionie. W hierarchii czynników lokalizacyjnych w stosunku do teorii tradycyjnej nastąpiły zmiany podobne jak w ogólnej hierarchii determinantów rozwoju gospodarczego, a mianowicie, infrastruktura materialna ustąpiła miejsca infrastrukturze niematerialnej⁸. Nowe kierunki w teorii lokalizacji pojawiły się w oparciu o obserwację zachowań przedsiębiorstw zaawansowanej technologii oraz korporacji wielozakładowych. Lokalizacyjne decyzje przedsiębiorstw

⁶ A. Marshall, *Industry and Trade. A Study of Industrial Technique and Business Organization; and Their Influences on the Conditions of Various Classes and Nations*, Macmillan, London 1927

⁷ P. Krugman, *Geography and Trade*, Leuven University Press, Leuven; MIT Press, Cambridge, MA, 1991

⁸ T. Markowski, *Zarządzanie rozwojem miast*, PWE. Warszawa 1999, s. 104

zaawansowanych technologii nie są zdeterminowane kosztami transportu materiałów i produktów, ze względu na małą ich wagę i niewielki rozmiar. Ponadto, produkty te często wytwarzane są z wielu różnych komponentów, co nie prowadzi do uzależnienia od jednego źródła zaopatrzenia. Odbiorcy mają też często globalny wymiar (jeśli chodzi o produkcję zestandaryzowaną) lub są kierowane do wyspecjalizowanych odbiorców poza granicami kraju, a nawet kontynentu. W przypadku małych firm technologicznych wybór miejsca nie jest uzależniony tak silnie od kosztów czynników produkcji, gdyż mamy tu do czynienia z działalnością nie tyle zasobochłonną, co wiedzochłonną. **Silniejszą rolę odgrywają natomiast obecność instytucji transferu wiedzy, łatwa komunikacja z otoczeniem międzynarodowym np. poprzez bliskość lotniska (firmy te działają w ramach międzynarodowych sieci kooperacyjnych) i walory środowiska kulturowego i przyrodniczego⁹.** Inaczej niż w tradycyjnych ujęciach teorii lokalizacji dokonują wyboru miejsca produkcji firmy wielozakładowe. Część ich działalności bywa lokowana w regionach peryferyjnych, podczas gdy zarządy znajdują się w aglomeracjach. Zarówno w przypadku firm zaawansowanych technologicznie, jak i w przypadku przedsiębiorstw wielozakładowych, mamy do czynienia z odejściem od strukturalistycznego nurtu teorii lokalizacji, uzależniającego wybór miejsca działalności od odległości od centrum stanowiącego rynek zbytu i źródło zaopatrzenia. **Tendencje w lokalizacji zakładów zaawansowanej technologii oraz firm wielozakładowych wskazują na poszukiwanie miejsca działania poza tradycyjnymi centrami miejskimi w kierunku wykształcenia nowych ośrodków. Obecnie, kryteria lokalizacji oparte na tzw. prostych zasobach materialnych zostały zastąpione przez kryteria jakościowe. Zmiany kryteriów lokalizacji ilustruje tabela 1.**

⁹ Por. Oakey R., *High-Technology New Firms. Variable Barriers to Growth*, Paul Chapman Publishing Ltd, London 1995

Tabela 1. Tradycyjne i współczesne czynniki lokalizacji

Lata 60.	Od lat 90. XX w.
Łatwość naboru siły roboczej	Kwalifikacje siły roboczej
Koszty robocizny	Koszty robocizny
Słabość związków zawodowych	Koszty wynajęcia obiektów produkcyjnych i biurowych
Możliwość nabycia budynków/nieruchomości	Ceny ziemi
Łatwość nabycia surowców	Bliskość autostrady
Koszty transportu, infrastruktura transportowa	Bliskość lotniska międzynarodowego
	Ponadregionalne połączenia kolejowe
	Koszty energii
	Bliskość dostawców
Dostatek mocy	Jakość administracji lokalnej
Dogodne powiązania z rynkiem	Oplaty lokalne
Lokalne możliwości kooperacji	Usługi miejscowych banków
Specjalizacja lokalnego przemysłu	Wspieranie działalności gospodarczej przez władze publiczne, jednostki obsługi biznesu, izby gospodarcze
Niskie podatki	Dobry wizerunek miasta regionu
Pomoc finansowa władz publicznych	Bliskość szkół wyższych
	Bliskość instytutów badawczych
	Komunikacja miejska
	Mieszkania
	Zaplecze medyczne
	Życie kulturalne
Klimat	Możliwość wypoczynku

Źródło: Gorzelak G., Jałowiecki B., *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1, vol. 1, 2000, s. 12

Nie znaczy to jednak, że koncentracja działalności i efekt aglomeracji oraz powiązania między przedsiębiorstwami przestają mieć znaczenie. Kładzie się raczej nacisk na inne ich walory niż wyłącznie zapewnienie efektywnego zbytu i zaopatrzenia oraz kooperacji w procesie produkcji. N. Hansen¹⁰, wskazuje, że geograficzna bliskość firm dostarcza bodźców do ich większej konkurencyjności na rynkach krajowych i międzynarodowych. **Koncentracja konkurentów, odbiorców i dostawców sprzyja efektywności i specjalizacji i jest stymulatorem innowacji. Bliskość wzmaga koncentrację informacji i szybkość jej przepływu. Koncentracja geograficzna sprzyja także procesom założycielskim, gdyż tzw. firmy „odpryskowe” (*spin-offs*) lokują się zazwyczaj w pobliżu firmy macierzystej. Z punktu widzenia regionalnej polityki rozwoju gospodarczego, istotne jest, że bliskość geograficzna sprzyja szybkiemu ujawnianiu dysproporcji, potrzeb lub ograniczeń występujących w obrębie danego skupienia (np. brakujące usługi biznesowe).**

¹⁰ N. Hansen, *Competition, Trust and Reciprocity in the Development of Innovative Regional Milieux*, Papers in Regional Science 1992, 71, 2, s. 95-105

A. J. Scott¹¹, M. Storper i R. Walker¹² dowodzą, że korzyści z koncentracji nie polegają jedynie na wzroście efektywności gospodarowania dzięki efektowi skali i niskim kosztom transportu, lecz na korzyściach z łatwej komunikacji, która zapewnia przepływ informacji i kreowanie wiedzy oraz trafny dobór charakteru działalności w przypadku zakładania firm i decyzjach o rozwoju, tj. dopasowanie (*adjustment*) do regionalnego łańcucha wartości. Wiedza i kompetencje przestają być badane na poziomie indywidualnej firmy. Stają się one regionalnym czynnikiem lokalizacji i elementem regionalnej przewagi konkurencyjnej. W tym miejscu wyraźnie widać, że teoria lokalizacji poszukując determinantów zakładania firm na określonym terytorium, jednocześnie opisuje **czynniki atrakcyjności inwestycyjnej regionu, a zatem jego konkurencyjności. Storper podkreśla znaczenie tzw. *untraded interdependencies*, tj. zależności które nie podlegają wymianie rynkowej – nie można ich nabyć, przenieść¹³. Chodzi o powiązania między regionalnymi podmiotami, które są zbudowane na podstawie specyficznych dla terytorium instytucji, tj. wzorów zachowań (konwencji, zwyczajów), norm i reguł postępowania¹⁴. Specyficzne dla regionu wzory zachowań, normy i reguły postępowania decydują o relacjach dostawca-odbiorca, sposobie wymiany informacji między firmami, procesach komunikacji i negocjacji wewnątrz firm, relacjach pracy i powiązaniach z organizacjami otoczenia jak agendy rządowe, samorząd terytorialny i gospodarczy, instytucje rozwoju przedsiębiorczości. Rozwój technologii w regionie jest uzależniony od powiązań między firmami i organizacjami otoczenia.**

Stare aglomeracje przemysłowe powstawały najczęściej w oparciu o zasoby naturalne (np. górnicze okręgi Liverpoolu, Dolnego Śląska, produkcji noży w Solingen, przemysł kamieniarski w Carrarze, produkcja jedwabiu w zachodniej Japonii). W przypadku aglomeracji o dłuższej tradycji, możemy najczęściej obserwować splot tradycyjnych i nowych czynników lokalizacji firm (np. w Dolinie Krzemowej istotne były pokłady krzemu w początkowej fazie rozwoju przemysłu elektronicznego, z drugiej zaś strony

¹¹ A. J. Scott, *New Industrial Spaces. Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe*, Pion, London 1988

¹² M. Storper, R. Walker, *The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth*, Basil Blackwell, New York, 1989

¹³ M. Storper, *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*, Guilford, New York 1997

¹⁴ E. Vatne, M. Taylor, *Small Firms, Networked Firms and Innovation Systems: An Introduction* [in:] E. Vatne, M. Taylor (red.), *The Networked Firm in a Global World. Small Firms in New Environments*, Ashgate, Aldershot 2000, s. 1-16

istnienie centrum transferu wiedzy w postaci Uniwersytetu Stanforda, systemu powiązań tej instytucji z firmami, a także wpływ władz stanowych i polityka państwa przeznaczającego znaczne nakłady na rozwój tego przemysłu dla celów zbrojeniowych¹⁵). Powstawanie nowszych aglomeracji przemysłu, zwłaszcza opartych na przemysłach technologicznie zaawansowanych, stymulowane jest najczęściej czynnikami wskazywanymi przez nową teorię lokalizacji (firmy z okolic Cambridge, Strasburga czy Montpellier).

Koncentracja może być uznana za pierwotny czynnik lokalizacji, gdy mamy do czynienia z powstaniem skupisk nowych przemysłów w już istniejących aglomeracjach. Dla powstania skupisk firm w dziedzinie oprogramowania, biotechnologii i technologii internetowych w Dolinie Krzemowej, podstawowe znaczenie miała już istniejąca aglomeracja przemysłu komputerowego i wykształcony zasób wiedzy¹⁶. W tych przypadkach, mamy również do czynienia z wpływem nowych czynników lokalizacji.

1.3 Instytucjonalne czynniki powstawania i rozwoju przedsiębiorstw w regionie na podstawie badań empirycznych

Najszersza część analiz bada zewnętrzne, formalno-prawne uwarunkowania otoczenia działalności gospodarczej, odnosząc się do konstrukcji aktów prawnych związanych z funkcjonowaniem jednostek terytorialnych. Przedmiotem studiów stają się zatem np. struktury prawne określające funkcjonowanie samorządu terytorialnego, jego naturę, zakres kompetencji i odpowiedzialności, źródła finansowania.

Interesującą część analiz stanowią rozważania na temat efektywności rozwiązań prawnych w zwalczaniu korupcji na poziomie lokalnym. Brak sankcji lub fikcyjność sankcji na wypadek zachowań korupcyjnych w przypadku radnego, członka zarządu, skarbnika oraz sekretarza gminy, a także innych osób wydających decyzje administracyjne z upoważnienia wójta, burmistrza czy prezydenta miasta, wskazuje na luki w określonych przepisach prawa¹⁷. Jednocześnie wykazuje się, że niezbędnym uzupełnieniem abstrakcyjnych norm wynikających z przepisów prawa winny być regulacje wewnętrzne, a więc instytucje jak kodeks etyczny radnego,

¹⁵ J. Chmiel, *Małe i średnie przedsiębiorstwa a rozwój regionalny*, GUS, Warszawa 1996, s. 104-106

¹⁶ G. Anderson, *Industry Clustering for Economic Development*, "Economic Development Review" 1994, Spring, s. 26-32, s. 31

¹⁷ Suwaj R., *Analiza stanu prawnego w zakresie problematyki antykorupcyjnej na poziomie gminy*, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 4, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0004/SUWAJ.HTM

tworzony z inicjatywy samej wspólnoty radnych¹⁸. System zamówień publicznych analizowano pod względem formalnej spójności zapisów prawnych, jak i w drodze ogólnopolskiej ankiety badającej opinie zamawiających i oferentów, którą przeprowadziła redakcja miesięcznika „Zamówienia Publiczne. Doradca” w 1999 r. Krytyczną ocenę systemu formułowali zarówno zamawiający, jak i oferenci, przy czym ci ostatni odpowiedzieli w 85% twierdząco na pytanie, czy uczestniczyli w postępowaniu, które ich zdaniem, prowadzone było w sposób nie gwarantujący uczciwej konkurencji¹⁹. Wnioski z badań stanu prawnego i opinii stron w systemie zamówień publicznych pokazują z jednej strony potrzebę udoskonalenia ogólnych zapisów prawnych i uzupełnienia ich indywidualnymi, wewnętrznymi zasadami, które wypracować mogą sami zamawiający (m.in. samorząd terytorialny) jako upublicznione standardy zależne od rodzaju zamówień (np. dostawy, usługi i roboty budowlane). W prezentowanych badaniach charakterystyczne jest akcentowanie potrzeby uzupełnienia zewnętrznych instytucji formalnych (centralnych regulacji prawnych) instytucjami wewnętrznymi danej społeczności (kodeks etyki) czy grupom interesu (zamawiający, np. administracja samorządowa, w ofertach publicznych). Jednocześnie, podkreśla się znaczenie nieformalnych zasad postępowania i praktyk, w stosunku do których formalne regulacje pozbawione są wpływu.

Institucje właściwe określonym wspólnotom terytorialnym znajdują odzwierciedlenie w sposobach funkcjonowania organizacji terytorialnych i ich zdolności do współdziałania. Dotychczasowe studia koncentrowały się na takich podmiotach otoczenia działalności gospodarczej jak samorząd terytorialny, samorząd gospodarczy, organizacje pozarządowe, organizacje rozwoju przedsiębiorczości, poszukując korelacji między ich liczebnością i aktywnością a poziomem rozwoju gospodarczego. Pozwalają one wyprowadzić wnioski o wadze instytucji w postaci warunkowanych historycznie i kulturowo wzorów zachowań dla występowania i aktywności lokalnych organizacji.

¹⁸ Suwaj R., op.cit., s. 7

¹⁹ Dolecki J., *Etyka w zarządzaniu gminą. Zamówienia publiczne*, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 4, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0004/DOLECKI.HTM

Gorzelał i Jałowiecki²⁰ prowadząc badania nad koniunkturą gospodarczą i mobilizacją społeczną w gminach wskazywali na historycznie ukształtowane normy i wzory zachowań wpływające na poziom aktywności gospodarczej. Wiązali jednocześnie koniunkturę gospodarczą z liczebnością i aktywnością organizacji. Hryniewicz²¹, łączył również powstawanie i rozwój firm z występowaniem organizacji, jako przejawu aktywności obywatelskiej. Sprawność administracji samorządowej analizowali Swianiewicz, Dziemianowicz i Mackiewicz²². Regiony zachodnie odznaczają się na ogół wyższym poziomem sprawności administracji samorządowej, podczas gdy regiony wschodnie prezentują zazwyczaj znacznie niższy wskaźnik tej sprawności. Podjęto zadanie objaśnienia efektywności organizacji samorządowych przy użyciu dwóch hipotez stosowanych przez R. Putnama²³ dla analizy sprawności włoskich samorządów, a mianowicie hipotezy modernizacji społeczno-ekonomicznej (rozwój ekonomiczny wpływa pozytywnie na sprawność samorządu) i hipotezy społeczeństwa obywatelskiego (postawa zaangażowania obywatelskiego w regionie łączy się z większą sprawnością samorządu). Podobnie jak w przypadku badań Putnama, potwierdzono hipotezę społeczeństwa obywatelskiego, stwierdzając silniejszą korelację sprawności administracji samorządowej z uwarunkowaniami instytucjonalnymi, w postaci postaw obywatelskich, niż z rozwojem ekonomicznym regionów.

Przedmiotem badań Hausnera, Kudłacza i Szlachty²⁴ były organizacje rozwoju regionalnego – ich aktywność i zdolność do współpracy wynikająca z charakteru powiązań. Autorzy sformułowali m.in. wniosek, że charakter układów organizacji determinował dynamikę zmian strukturalnych badanych województw. Najefektywniejsze były układy powiązań o charakterze sieciowym (częsta i wielostronna współpraca wielu organizacji rozwoju regionalnego) i hierarchicznym (dominujący ośrodek wojewódzki współpracujący z wieloma organizacjami dla realizacji strategii). Zaś najmniej efektywne okazały się układy atomistyczne (brak

²⁰ Gorzelał G., Jałowiecki B., *Koniunktura gospodarcza i mobilizacja społeczna w gminach '96*, EUROREG, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1997; Gorzelał G., Jałowiecki B., *Koniunktura gospodarcza i mobilizacja społeczna w gminach*, EUROREG, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1998

²¹ Hryniewicz J.T., *Endo- i egzogenne czynniki rozwoju gospodarczego gmin i regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, numer 2, vol. 2, 2000, s. 53-78

²² Swianiewicz P., Dziemianowicz W., Mackiewicz M., *Sprawność instytucjonalna administracji samorządowej w Polsce – zróżnicowanie regionalne*, „Samorząd Terytorialny” nr 10, 2000, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0010/swianiewicz.htm

²³ Putnam R., *Demokracja w działaniu*, „Znak”, Kraków 1995

²⁴ J. Hausner, T. Kudłacz, J. Szlachta., *Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski*, Studia KPZK PAN, z. CVI, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997

współpracy między organizacjami, niewielka ich liczba) i wielocentryczne (kilka, słabo powiązanych ośrodków rozwoju).

1.4 Regionalne czynniki konkurencyjności firm na przykładzie klastrów

Klaster – zakres pojęcia

Pojęcie skupisk przemysłu (*cluster* - ang. skupisko, grono) stosowane jest w różnych znaczeniach. Oznacza a) formę organizacji przemysłu opartą na geograficznych skupiskach firm działających w pokrewnych sektorach b) konkretną geograficzną aglomerację firm z pokrewnych sektorów (świadczą o tym np. określenia „klaster w Południowej Kalifornii”, „klaster włoskie”), a wreszcie c) koncepcję objaśniającą wspomnianą formę organizacji przemysłowej – jej cechy i przyczyny konkurencyjności. Nasza uwaga koncentruje się przede wszystkim na analizie koncepcji geograficznych skupisk przemysłu, gdyż rozwój tej koncepcji wskazuje na regionalne czynniki konkurencyjności oraz ich zmiany w czasie.

Badacze akcentują różne właściwości, które w ich przekonaniu konstytuują tę formę organizacji przemysłu²⁵. Traktują ją zatem jako:

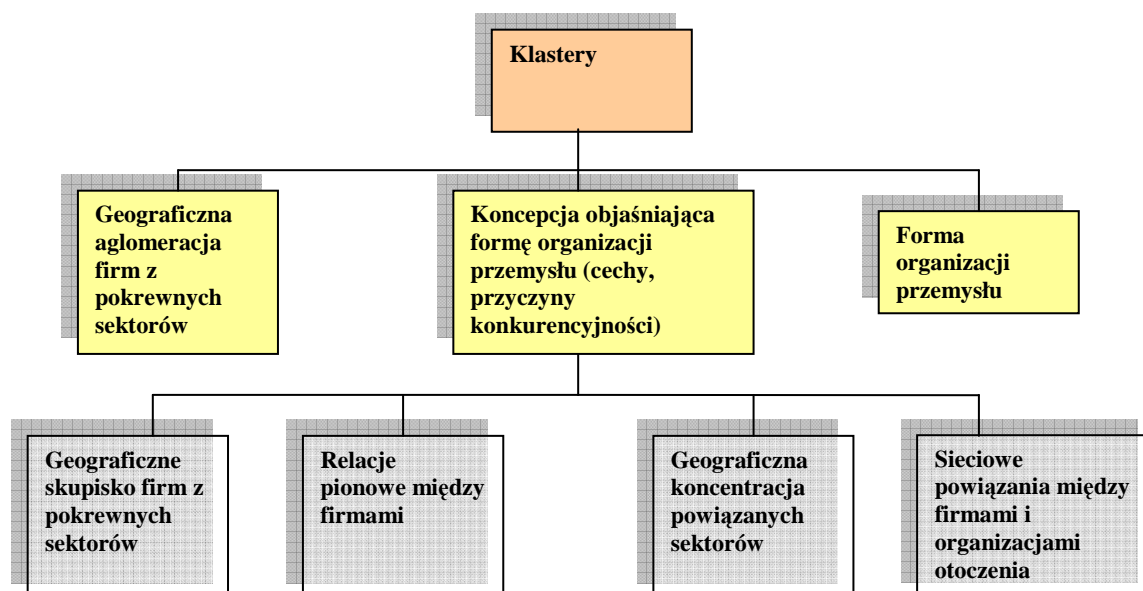
1. Geograficzną koncentrację firm działających w ramach pokrewnych sektorów. W ten sposób postrzegali zjawisko badacze okręgu (dystryktu) przemysłowego, począwszy od A. Marshalla, na przełomie XIX i XX wieku, aż po badaczy tzw. okręgów włoskich w regionach środkowych i północno-wschodnich Włoch: G. Becattiniego, M. Bellandiego, M. Piore i C. Sabela czy P. Krugmana.
2. Relacje pionowe między firmami na określonym geograficznie obszarze – rozumienie łącznie przede wszystkim z nazwiskami D. Maillata i M. Portera, którzy analizowali relacje pionowe między firmami na określonym terytorium jako łańcuch wartości.
3. Geograficzną koncentrację powiązanych ze sobą sektorów, która prowadzi do powstania efektu synergii i dzięki temu zapewnia przewagę konkurencyjną całemu regionowi – ujęcie, zaproponowane przez M. Portera w *The Competitive Advantage of Nations* z 1990.

²⁵ Vanhaverbeke W., *Realizing New Regional Core Competencies: Establishing a Customer-Oriented SME Network*, „Entrepreneurship and Regional Development”, nr 2, Vol. 13, kwiecień-czerwiec 2001, s. 99

4. Sposób organizacji regionu, jako sieciowe powiązania między firmami i organizacjami otoczenia. Ten pogląd na zjawisko akcentują tacy badacze jak A. Saxenian, A. Markusen, F. Pyke i W. Sengenberger oraz M. E. Portera, w późniejszych pracach.

Każda z wymienionych koncepcji sugeruje system powiązań w ramach przemysłu na danym obszarze, przy czym powiązania te wynikają z: 1) geograficznej bliskości 2) pionowych relacji między firmami 3) pokrewieństwa sektorów 4) sieciowych zależności między firmami i organizacjami otoczenia.

Rysunek 2. Zakres pojęcia klasteru



Źródło: opracowanie własne

Przyczyny zainteresowania skupiskami przemysłu

Skupiska przemysłu związane są z konkretnymi historycznie i geograficznie określonymi regionami, takimi jak Południowa Kalifornia, a zwłaszcza Dolina Krzemowa (przemysł elektroniczny, oprogramowania, biotechnologie), Badenia-Wirtembergia w Niemczech (przemysł motoryzacyjny, elektryczny i maszynowy), regiony Trzecich Włoch (Emilia Romagna/produkcja płytek ceramicznych, Toskania /przemysł tekstylny/, Parma/przemysł spożywczy/), czy wielkimi aglomeracjami, które

gromadzą przemysły o jednolitym profilu, takimi jak Los Angeles z przemysłem filmowym czy Londyn i Nowy Jork jako centra usług finansowych i biznesowych.

Globalizacji towarzyszy jednocześnie tendencja firm z pokrewnych sektorów do tworzenia skupisk na określonym terytorium, nawet jeśli są to sektory uznawane za niezależne od uwarunkowań przestrzennych (np. usługi telemarketingowe w stanie Omaha, produkcja kart kredytowych w Południowej Dakocie w USA, projektowanie oprogramowania w Bangalore w Indiach). Klastery odznaczają się wysoką produktywnością, innowacyjnością i międzynarodową konkurencyjnością. W USA ok. 380 klastrów tworzy 57% miejsc pracy i 61% PKB. We Włoszech, ok. 200 okręgów przemysłowych zapewnia ok. 30% miejsc pracy i ok. 45% eksportu²⁶.

Rozwój koncepcji klastru został zaprezentowany z zachowaniem chronologii powstawania różnych propozycji metodologicznych (okręg Marshalla, okręg włoski, cluster Portera, okręgi Markusen). Z biegiem czasu, nowe ujęcia konkurencyjności skupisk przemysłu pojawiały się jako interpretacje sukcesu często tych samych regionów geograficznych (np. Trzecia Italia opisywana najpierw przez ekonomistów włoskich, potem przez M. E. Portera i A. Markusen). Można zatem przyjąć, że różnice w postrzeganiu determinantów konkurencyjności analizowanych terytoriów brały się nie tylko z odmienności podejść badaczy, ale były uwarunkowane obiektywnymi zmianami charakterystyki tych form organizacji przemysłu, które to zmiany odzwierciedlały społeczno-ekonomiczne przeobrażenia i towarzyszące im koncepcje teoretyczne.

²⁶ *Networks of Enterprises and Local Development: Competing and Co-operating in Local Productive Systems*, OECD, Paris 1996

Tabela 2. Rozwój koncepcji klasteru – powiązania między firmami i organizacjami otoczenia a determinanty konkurencyjności

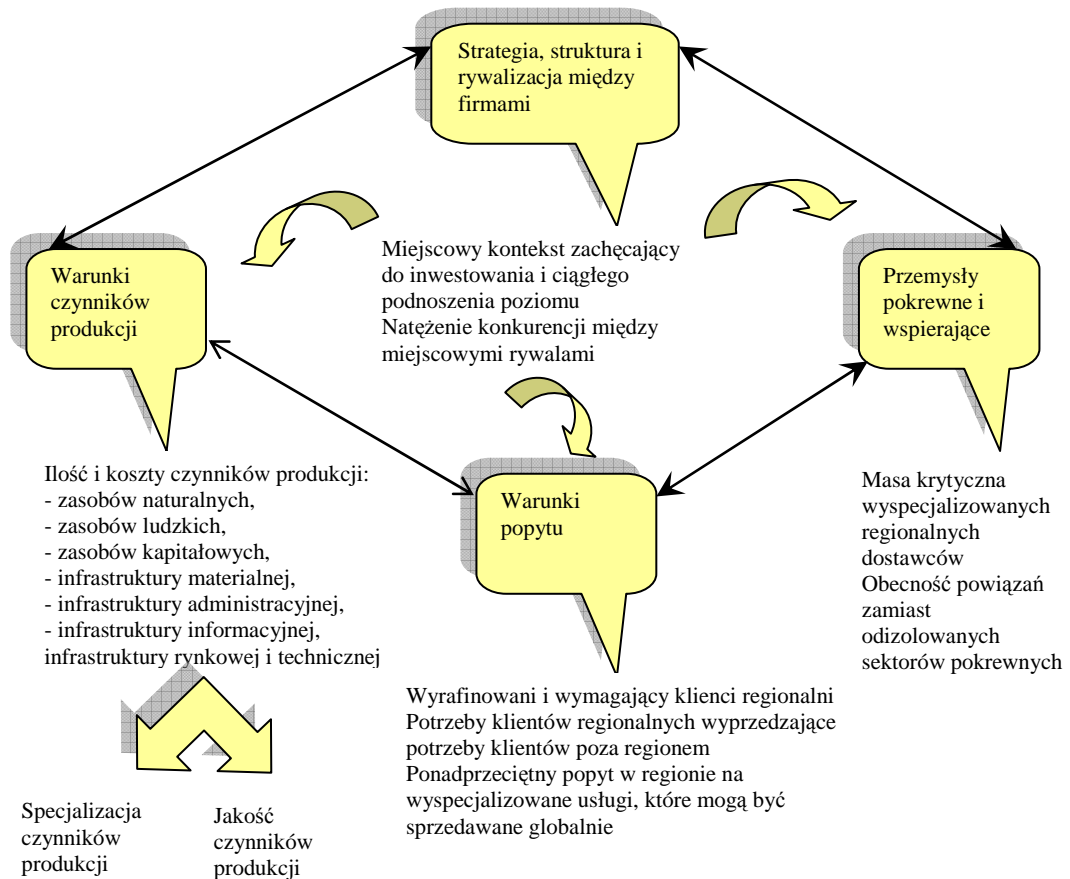
Rodzaj koncepcji clusteru	Okręg Marshalla	Okręg włoski	Cluster Portera	Okręgi Markusen
Rozmiar firm	Małe i średnie	Małe i średnie	Małe i duże	W zależności od typu okręgu dominują: firmy małe, duża firma z siedzibą w okręgu kooperująca z małymi, oddział dużej firmy powiązany z oddziałami i firmami spoza okręgu, publiczne instytucje: firma państwowa, szkoła, szpital, itp.
Charakter powiązań między firmami	Relacje pionowe	Relacje pionowe zorganizowane w formie elastycznej specjalizacji	Relacje w ramach łańcucha wartości pomiędzy firmami oraz między sektorami	Sieci oparte na krótko- lub długoterminowych relacjach
Rola otoczenia instytucjonalnego	Dostępne na zewnątrz firm usługi biznesowe i źródła kapitału	Instytucje (stowarzyszenia branżowe, konsorcja, izby gospodarcze) pośredniczą w dostępie do usług biznesowych i źródeł finansowania dla firm	Polityka rządu jako czynnik wspierający konkurencyjność, ale nie determinujący	Zależy od charakteru firm
Determinanty konkurencyjności	Wynikające z aglomeracji efekty zewnętrzne, innowacyjny personel, specjalizacja	Zewnętrzne korzyści skali i zakresu, niskie koszty transakcyjne związane z atmosferą zaufania i współpracy, przewyższenie ułomności rynku poprzez instytucjonalne mechanizmy dzielenia ryzyka i innowacji (dostęp do informacji, kapitału, usług biznesowych), elastyczna specjalizacja	Synergia wynikająca z pionowych powiązań między sektorami i między firmami w ramach łańcucha wartości, wiedza wynikająca ze specjalizacji	Powiązania sieciowe (sposób organizacji regionu), relacje długoterminowe i powiązania wewnątrz okręgu (embeddedness), sprzyjające wytwarzaniu tam innowacji

Źródło: Opracowanie własne

Regionalne źródła przewagi konkurencyjnej firm i rola władz regionalnych w ich kształtowaniu

M.E. Porter proponuje model tzw. „diamentu”, który wskazuje zarówno przyczyny tworzenia klasterów, jak i podstawy budowy ich konkurencyjności w regionie (rys. 4).

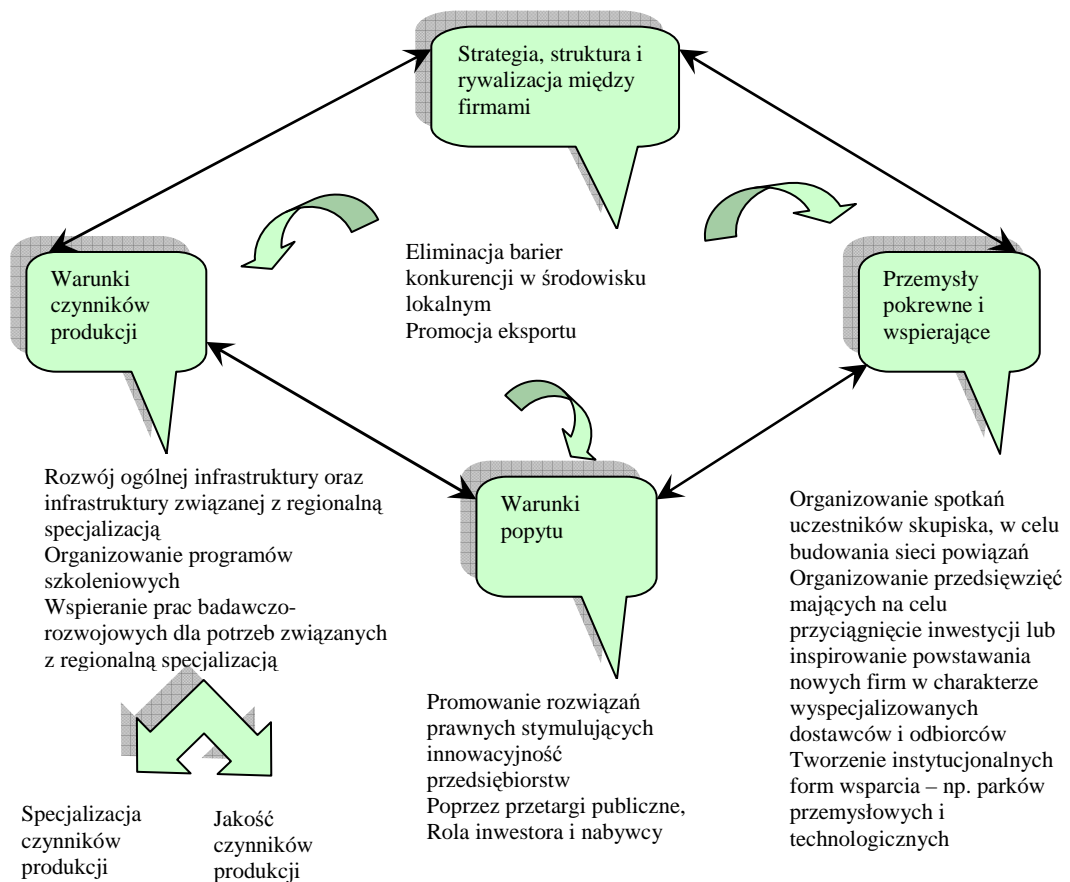
Rysunek 3. Regionalne czynniki przewagi konkurencyjnej według M. E. Portera



Źródło: Opracowanie na podstawie M. E. Porter, Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001, s. 405

Przedstawione powyżej czynniki są również podstawą dla wskazania obszarów oddziaływania władz regionalnych w zakresie kształtowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw w regionie oraz stymulowania procesów ich powstawania i rozwoju (rys. 5).

Rysunek 4: Obszary oddziaływania władz regionalnych w zakresie kształtowania czynników przewagi konkurencyjnej regionu.



Źródło: Opracowanie na podstawie M. E. Porter, Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001, s. 405

Wnioski do rozdziału I - odpowiedź na pytanie badawcze nr 1:

Jakie ekonomiczne i instytucjonalne czynniki warunkują procesy powstawania i wzrostu przedsiębiorstw w regionie w świetle koncepcji ekonomicznych i badań empirycznych?

1. Badanie czynników ekonomicznych, wskazuje ewolucję w hierarchii regionalnych czynników powstawania i rozwoju przedsiębiorstw.
2. Tradycyjne czynniki związane są przede wszystkim z infrastrukturą materialną. Do tradycyjnych czynników zalicza się dostęp do zasobów pracy, koszty pracy, niską aktywność związków zawodowych, możliwość nabycia budynków/nieruchomości, dostęp do surowców, wyspecjalizowanych dostawców, koszty transportu i

infrastruktura transportowa, zasoby i koszty źródeł energii, bliskość rynku, niskie podatki, pomoc finansowa władz publicznych.

3. Wymienione czynniki pozostają oczywiście niezbędnym warunkiem lokowania inwestycji w regionie. Współcześnie jednak nie są to warunki wystarczające. Znaczenia nabiera infrastruktura niematerialna i jakość otoczenia, którą tworzą takie czynniki jak: kwalifikacje zasobów pracy, bliskość autostrad i lotnisk międzynarodowych, wspieranie działalności gospodarczej przez władze publiczne, dostarczyciele usług biznesowych, wizerunek miasta i regionu, bliskość szkół wyższych, zaplecze medyczne, możliwości wypoczynku i spędzania wolnego czasu.
4. Wśród czynników instytucjonalnych szczególną uwagę kieruje się na jakość pracy władz samorządowych organizacji obsługujących przedsiębiorstwa raz sieci kooperacji dla tworzenia i komercjalizacji innowacji.
5. Geograficzne aglomeracje przedsiębiorstw działających w jednym lub ograniczonej liczbie powiązanych sektorów, tj. klastry, oraz miasta, a współcześnie biegunami wzrostu, a ich konkurencyjność przypisuje się nie tylko występowaniem tradycyjnych czynników rozwoju (podaż, popyt, poziom konkurencji, dostęp do czynników produkcji i polityka państwa) ale przede wszystkim sieciom kooperacji, które pozwalają konkurować firmom nie tyle indywidualnie, co dla MSP jest trudne wskutek ograniczonych zasobów, co razem z ich regionalnymi partnerami i całym otoczeniem.

Rozdział II

Obszary i instrumenty wspierania przedsiębiorczości w polityce rozwoju regionalnego

Polityka wobec MSP jest stosunkowo młodą dziedziną interwencji władz publicznych. Jednocześnie jednak, miejsce MSP w strategiach i programach Unii Europejskiej²⁷ oraz strategiach poszczególnych państw powoduje, że wzrasta udział tej polityki w wydatkach programów UE oraz indywidualnych programów krajowych²⁸.

Zakłada się, iż poprawa kondycji firm w wyniku działań interwencyjnych będzie służyć osiągnięciu głównych celów stawianych przed polityką wobec MSP, do których należą²⁹:

- wzrost zatrudnienia,
- wzrost gospodarczy,
- poprawa konkurencyjności gospodarki,
- rozwój regionalny i strukturalny.

Wymienionym celom odpowiadają określone obszary wsparcia, a mianowicie wspieranie badań i rozwoju /B+R/, tworzenia nowych miejsc pracy, inwestycji, edukacji, finansowania i dostępu do kapitału, zakładania firm, internacjonalizacji/eksportu, szkoleń, infrastruktury, nowych technologii, informacji oraz ograniczenie biurokracji.

2.1 Instrumenty realizacji polityki wspierania przedsiębiorczości w obszarach zakładania firm i finansowania rozwoju

W poszczególnych obszarach wsparcia MSP, można wyróżnić instrumenty realizacji (tabele 3, 4, 5).

²⁷ Por. *Strategia Lizbońska 2000, Europejska Karta Małego Przedsiębiorstwa 2000, Zintegrowany Program dla MSP i Rzemiosła 1994, Wieloletni Program dla Przedsiębiorstw i Przedsiębiorczości 2000, Plan Działań dla Przedsiębiorczości 2004, Program Ramowy dla Przedsiębiorczości i Innowacji (CIP) (2007-2013).*

²⁸ Wartość pomocy publicznej na rozwój MSP wzrosła z 67,5 mln zł. w 2004 do 304,5 mln zł. w 2005, a tym samym jej udział w wartości pomocy horyzontalnej ogółem wzrósł z 1,5% w 2004 do 16,7% w 2005. *Raport o pomocy publicznej udzielonej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2005 roku*, Urząd Ochrony. Konkurencji i Konsumentów, Warszawa, grudzień 2006, s. 10. www.uokik.gov.pl. Data odczytu: 9 maja 2007.

²⁹ D. De, *SME Policy in Europe*, [w:] H. Landström (red.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, Malden 2000, s. 89-90.

Tabela 3. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach zakładania firm i finansowania

Zakładanie firm	Finansowanie, dostęp do kapitału
Granty lub subsydia Subsydiowane pożyczki Gwarantowanie pożyczek Gwarancje dla dostarczcycieli funduszy venture capital Publiczne fundusze venture capital Wakacje podatkowe Analizy wykonalności Usługi doradcze Biura informacji i materiały informacyjne dla zakładających firmy Kursy z przedsiębiorczości i zakładania firm Inkubatory, parki przemysłowe i technologiczne	Granty lub subsydia Subsydiowane pożyczki Gwarantowanie pożyczek Gwarancje dla dostarczcycieli funduszy venture capital „Drugi” rynek kapitałowy dla całej populacji MSP lub dla MSP w sektorach technologicznie zaawansowanych, inwestujących w B+R

Źródło: Opracowanie własne na podstawie D. De, *SME Policy in Europe*, [w:] D. L. Sexton, H. Landström (ed.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK, Malden USA 2000, s. 98-99

W obszarze finansowania nowa tendencja w polityce władz centralnych polega na stopniowym odejściu od selektywnego finansowania wybranych grup przedsiębiorstw na rzecz ułatwiania dostępu do źródeł finansowania na zasadzie powszechnej, tj. bezwarunkowo. Polityka koncentruje się w tej dziedzinie na ulepszaniu otoczenia finansowego MSP, a nie na bezpośrednich transferach do grup realizujących określone warunki. Władze regionalne i podmioty szczebla regionalnego i lokalnego przejmują w tej sytuacji zadanie wsparcia selektywnego kierowanego do określonych grup podmiotów, w oparciu o dokładną znajomość ich sytuacji oraz ich znaczenie w polityce rozwoju regionalnego i lokalnego.

Wsparcie w obszarze zakładania firm obejmuje najszerszą listę instrumentów realizacji spośród wszystkich dziedzin polityki wobec MSP. Należy ponadto zaznaczyć, iż programy dla wdrażania poszczególnych środków realizacji prowadzone są równolegle przez wszystkie podmioty polityki wsparcia MSP, zarówno szczebla ponadnarodowego, krajowego, jak i regionalnego i lokalnego. Nie dokonuje się ponadto zazwyczaj harmonizacji programów nowo wdrażanych z już istniejącymi, co wywołuje problemy zarówno z doborem programu do wykorzystania, jak i z oceną efektywności poszczególnych programów. Programy te zazwyczaj łączą pomoc techniczną (np. opracowywanie studiów wykonalności czy biznes planu, szkolenia) ze wsparciem finansowym.

2.2. Instrumenty realizacji polityki wspierania przedsiębiorczości w obszarach informacji oraz badań i rozwoju

Tabela 4. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach informacji oraz badań i rozwoju

Badania i rozwój	Informacja
Publiczne centra badań i rozwoju oferujące usługi po cenach niższych niż rynkowe Fundusze wspierania tworzenia sieci i kooperacji przemysłowej zarządzane przez centra badawcze i uniwersytety Subsydiowanie stanowisk pracy dla pracowników B+R Gwarancje dla dostawców funduszy venture capital Granty i redukcje podatków z tytułu inwestycji w innowacje oraz B+R	Powszechne źródła informacji (materiały informacyjne, punkty kompleksowej obsługi (<i>one-stop shop</i>)) Źródła szybkiego dostępu do informacji (internetowe bazy danych)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie D. De, *SME Policy in Europe*, [w:] D. L. Sexton, H. Landström (ed.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK, Malden USA 2000, s. 100-101

Instrumenty wsparcia w **obszarze informacji** są dobrze rozwinięte w większości krajów europejskich, jakkolwiek ten obszar wsparcia MSP należy do stosunkowo młodych. Informacja początkowo dotyczyła głównie zakładania firm oraz działalności eksportowej, jednak obecnie obejmuje ona niemal wszystkie aspekty działalności małych i średnich przedsiębiorstw oraz elementów otoczenia istotnych dla tych firm. Wiele krajów rozbudowuje serwisy informacyjne dostarczając informacji dla specyficznych branż i regionów. Wszystkie te działania nie likwidują jednak przekonania przedsiębiorców o braku przejrzystości instytucjonalnej struktury wspierania MSP.

Znacząco wzrasta waga wsparcia w **obszarze badań i rozwoju**. Instrumenty realizacji nastawione są tutaj przede wszystkim na pomoc we wdrażaniu nowych technologii przez MSP. Obejmują zazwyczaj redukcję kosztów wprowadzania nowych technologii oraz pomoc finansową. Szczególne miejsce zajmuje pomoc w budowaniu sieci powiązań między instytucjami badawczymi instytucjami szkolnictwa wyższego oraz firmami.

2.3. Instrumenty realizacji polityki wspierania przedsiębiorczości w obszarach internacjonalizacji/eksportu, zatrudnienia i ograniczenia biurokracji

Tabela 5. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach internacjonalizacji/eksportu, zatrudnienia i ograniczenia biurokracji

Internacjonalizacja/eksport	Zatrudnienie	Ograniczenie biurokracji
Informacja (na temat rynków zagranicznych, spedycji, itd.)	Regulacje w kodeksie pracy (zróżnicowane formy umów o pracę, czas pracy, poziom minimalnych płac w MSP)	Uprozczone procedury (wyjątki – np. uproszczony dostęp do licencji, pozwoleń, wymagań związanych ze sprawozdawczością)
Granty (na projekty związane z eksportem na analizy wykonalności, itd.)	Redukcje w świadczeniach na ubezpieczenia społeczne (powszechne lub pod warunkiem zatrudnienia bezrobotnych, osób młodych)	Deregulacja
Subsydiowanie/finansowanie wynagrodzeń (dla personelu zajmującego się obsługą eksportu)	Subsydiowanie wynagrodzeń (na określony czas dla MSP, w przypadku zatrudnienia bezrobotnych)	Reforma systemu podatkowego (uproszczony system poboru podatków, zeznania/oświadczenia podatkowe przekazywane elektronicznie).
Szkolenia	Granty i redukcje podatków (dla MSP zatrudniających dodatkowy personel)	
Gwarancje eksportowe dla zagranicznego nabywcy Subsydiowane pożyczki		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie D. De, *SME Policy in Europe*, [w:] D. L. Sexton, H. Landström (ed.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK, Malden USA 2000, s. 99-103

Małe i średnie przedsiębiorstwa mają tylko 40% udział w eksporcie na terenie Unii Europejskiej³⁰, mimo, że Wspólny Rynek stwarza oczywiste bodźce do wymiany gospodarczej między państwami członkowskimi. Z tego względu, Komisja Europejska szczególnie aktywnie korzysta obecnie ze środków wsparcia w **obszarze internacjonalizacji** – promocji eksportu oraz międzynarodowej kooperacji MSP (także w obszarze badań i rozwoju).

Obszar zatrudnienia jest w polityce wspierania MSP traktowany zazwyczaj jako najistotniejszy. Liczba programów wykorzystujących środki wsparcia w tej dziedzinie

³⁰ *European Observatory for SMEs*, 2003

w ciągu ostatnich pięciu lat wskazuje na pozytywny stosunek decydentów do hipotezy o generowaniu miejsc pracy przez MSP. Instrumenty w tej dziedzinie zazwyczaj obejmują pomoc finansową a nie techniczną. Warunkiem obniżenia podatku może być nieredukowanie zatrudnienia lub zatrudnianie dodatkowych pracowników. Równie powszechnym środkiem jest zmniejszenie obowiązkowych świadczeń na ubezpieczenia społeczne. Polityka w tej dziedzinie zmierza zazwyczaj do ograniczania problemów jakich doświadczają MSP w związku ze sztywnymi regulacjami rynku pracy i zbyt wysokimi pośrednimi kosztami pracy. Znacznie rzadsze, ze względów politycznych, są przypadki kompleksowego reformowania rynku pracy. Należy zaznaczyć, że podobny problem wyraźnie zaznacza się również w Polsce.

W dziedzinie ograniczenia biurokracji najczęściej podejmowane środki mają na celu eliminowanie pojedynczych, najpowszechniej krytykowanych regulacji (Holandia, Portugalia, Finlandia, Hiszpania). Znacznie rzadsze są przypadki kompleksowego upraszczania i zmniejszania liczby regulacji związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej (Wielka Brytania, Austria, Włochy). Najtrudniejsze wydają się działania związane z reformą systemu podatkowego, najczęściej sprowadzane do upraszczania systemu pobierania podatków oraz uproszczonej księgowości.

Wnioski do rozdziału II - odpowiedź na pytanie badawcze nr 2:

Jakie obszary i instrumenty wspierania przedsiębiorczości stosowane są w polityce rozwoju regionalnego w krajach Unii Europejskiej?

1. Podstawowe cele polityki wspierania przedsiębiorczości to:

- wzrost zatrudnienia,
- wzrost gospodarczy,
- poprawa konkurencyjności gospodarki,
- rozwój regionalny i strukturalny.

3. Wymienionym celom odpowiadają określone obszary wsparcia, a mianowicie wspieranie badań i rozwoju /B+R/, tworzenia nowych miejsc pracy, inwestycji, edukacji, finansowania i dostępu do kapitału, zakładania firm, internacjonalizacji/eksportu, szkoleń, infrastruktury, nowych technologii, informacji oraz ograniczenie biurokracji.

4. W każdym z obszarów stosuje się zróżnicowane i komplementarne instrumenty wsparcia z grupy finansowych, informacyjno-doradczych, regulacyjnych i organizacyjnych. Pozytywne oddziaływanie wsparcia jest efektem łączenia instrumentów, co przedstawiono w ujęciach tabelarycznych.
5. Generalnie, wymienione instrumenty wsparcia mają charakter bezpośredni (transfery finansowe) lub pośredni (związany z kształtowaniem otoczenia działalności gospodarczej (np. dostęp do informacji)).
6. Ewolucja zarządzania zróżnicowanymi instrumentami polega na stopniowym odchodzeniu od bezpośrednich transferów finansowych na rzecz instrumentów pośrednich, zwłaszcza związanych z transferem wiedzy i doradztwem, na których kształt proponuje się w dalszych częściach raportu zwrócić szczególną uwagę. Efektywne wykorzystanie tych instrumentów jest warunkowane ich specjalizacją i trafnym ukierunkowaniem.

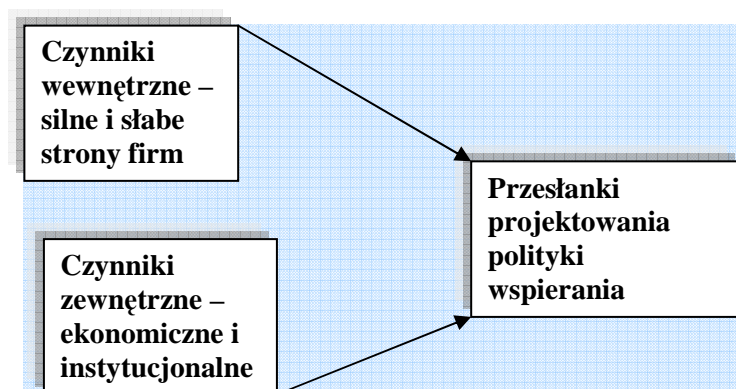
Rozdział III

Metodyka badania empirycznego

Dwie pierwsze części opracowania miały na celu stworzenie podstaw metodycznych dla badania ankietowego. Podstawą działań przedsiębiorczych zarówno o charakterze założycielskim, jak i rozwojowym, jest zawsze decyzja założyciela firmy – jego cechy, postawa i strategia. Istotne znaczenie dla stymulowania lub ograniczania postaw przedsiębiorczych ma jednak również jakość ekonomicznego i instytucjonalnego otoczenia, w którym działa przedsiębiorca. Dlatego, koncepcyjny model badania opiera się na analizie wpływu zarówno czynników wewnętrznych w przedsiębiorstwie, jak i czynników

Wśród czynników zewnętrznych, dokonano rozróżnienia na czynniki o charakterze ekonomicznym (warunki podaży i popytu, dostęp do finansowania, obecność dostawców) i czynniki o charakterze instytucjonalnym (jakość pracy samorządu terytorialnego, obecność instytucji transferu wiedzy, występowanie sieciowej struktury kooperacyjnej). Przyjęto założenie, iż podstawą do projektowania polityki wspierania przedsiębiorczości są zarówno postrzegane przez przedsiębiorców szanse i zagrożenia w otoczeniu, jak i diagnoza silnych i słabych stron przedsiębiorstw, które tworzą szanse i zagrożenia związane z potencjałem.

Rysunek 5. Koncepcyjny model badania



Źródło: opracowanie własne

Celem badania było określenie szans i zagrożeń dla powstawania i rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim.

Sformułowano następujące pytania badawcze:

- Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy potencjału badanych firm (silne i słabe strony)?
- Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy czynników w otoczeniu badanych przedsiębiorstw?
- Czy występuje spójność postrzeganych przez przedsiębiorców szans i zagrożeń z diagnozą potencjału i otoczenia przedsiębiorczości zawartą w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?
- Czy postrzegane przez przedsiębiorców potrzeby w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu spójne są z obszarami i instrumentami wspierania firm w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?
- Jakie kierunki, obszary i instrumenty wsparcia dla rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim wynikają z analizy badań?

Podstawowe metody i narzędzia badawcze wykorzystane dla realizacji celów badania empirycznego obejmowały: ankietę wysłaną pocztą tradycyjną, analizę statystyczną danych z ankiety, analizę dokumentów programowych dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w latach 2007-13.

Grupę docelową tworzyli członkowie samorządu gospodarczego w województwie małopolskim. Respondent został wybrany ze względu na istotny dla celów badania profil. Przedsiębiorcy zrzeszeni w samorządzie gospodarczym to jednostki aktywne i nastawione na poszukiwanie szans rozwojowych. Reprezentują najczęściej firmy wzrostowe, poszukujące wsparcia w realizacji strategii oraz źródeł informacji i wiedzy. Ankietę wysłano pocztą tradycyjną do członków samorządu gospodarczego w województwie małopolskim, na początku października 2007. Populacja skończona objęła liczbę 500 przedsiębiorstw, członków organizacji samorządu gospodarczego na terenie województwa małopolskiego.

Otrzymano 141 wypełnionych ankiet, co stanowi ok. 28% populacji. Jest to próba znacząca i pozwala na wnioskowanie statystyczne co do rozkładu badanych zmiennych w populacji. Próba objęła niemal wyłącznie przedsiębiorstwa z grupy małych i średnich (MSP), gdyż tylko 5 firm to firmy duże (ok. 3,5%). Wyniki ankiety traktujemy jako reprezentatywne dla grupy lokalnych, prywatnych MSP. Występuje zbieżność struktury branżowej zbadanej próby ze strukturą branżową przedsiębiorstw w regionie. W Małopolsce znajduje się 8% ogółu MSP w kraju (daje to 5 pozycję po woj. mazowieckim, śląskim, wielkopolskim i dolnośląskim); średni wskaźnik przedsiębiorczości jest wysoki i wynosi 88 firm na 1000 mieszkańców, co daje Małopolsce 4 miejsce w kraju.

Rozdział IV

Czynniki rozwoju przedsiębiorczości – wyniki badań

4.1. Wewnętrzne i zewnętrzne czynniki rozwoju w świetle badania

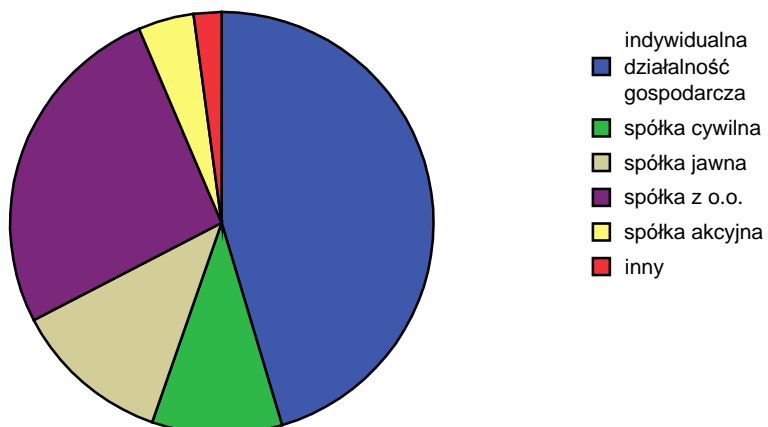
4.1.1. Wewnętrzne czynniki rozwoju (silne i słabe strony przedsiębiorstw)

Firmy które odpowiedziały na badanie ankietowe z województwa małopolskiego wywodzą się z sektora MSP. Największą grupę stanowią firmy należące do grupy mikro i małych przedsiębiorstw (77,3%) następnie firmy średnie (19,2%) z marginalną reprezentacją dużych. Razem firmy należące do sektora MSP stanowią grupę 136 przedsiębiorstw (96,5%).

Liczba zatrudnionych	Liczba	Procent
0 - 9	56	39,7
10 - 49	53	37,6
50 - 249	27	19,2
250 - wyżej	5	3,5
Total	141	100,0

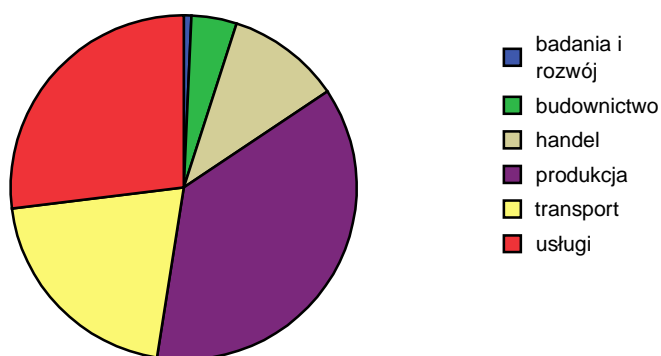
Jako forma prawna dominowała najprostsza, czyli indywidualna działalność gospodarcza którą posiadało 45,4% firm następnie spółka z o.o. (26,2%) oraz spółka jawna (12,1%).

Forma prawna	Liczba	Procent
indywidualna działalność gospodarcza	64	45,4
spółka cywilna	14	9,9
spółka jawna	17	12,1
spółka z o.o.	37	26,2
spółka akcyjna	6	4,3
inny	3	2,1
Total	141	100,0



Najwięcej firm odpowiadających firm zajmowało się usługami (handel, usługi, transport i budownictwo) a następnie produkcja.

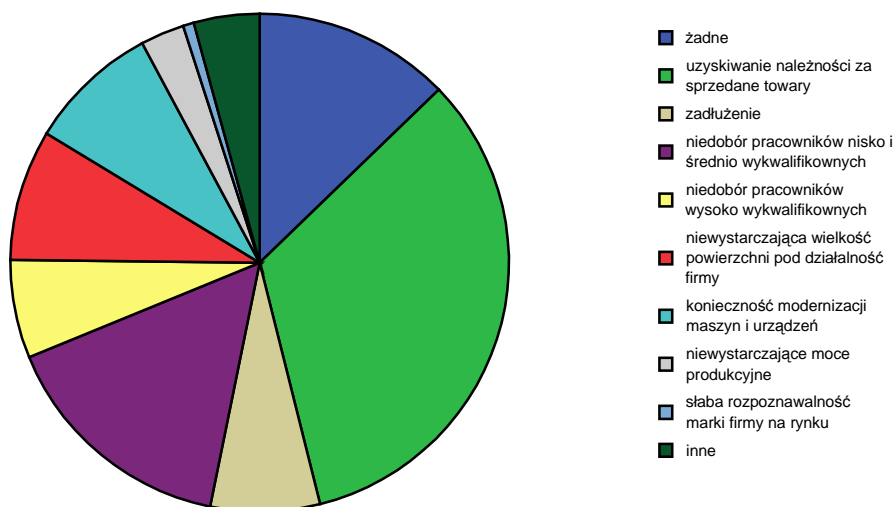
Przedmiot działalności	Liczba	Procent
badania i rozwój	1	,7
budownictwo	6	4,3
handel	15	10,6
produkcja	52	36,9
transport	29	20,6
usługi	38	27,0
Total	141	100,0



Czynniki wewnętrzne

W największym stopniu rozwój firm jest ograniczony przez problemy z uzyskiwaniem należności za sprzedane towary. Barierą w rozwoju jest również niedobór pracowników szczególnie nisko i średnio wykwalifikowanych. Znacząca większość firm (69,5%) w 2006r. oraz w 2007r. (65,2%) sygnalizowała wzrost obrotów.

Czynniki ograniczające rozwój firmy	Liczba	Procent
żadne	18	12,8
uzyskiwanie należności za sprzedane towary	47	33,3
zadłużenie	10	7,1
niedobór pracowników nisko i średnio wykwalifikowanych	22	15,6
niedobór pracowników wysoko wykwalifikowanych	9	6,4
niewystarczająca wielkość powierzchni pod działalność firmy	12	8,5
konieczność modernizacji maszyn i urządzeń	12	8,5
niewystarczające moce produkcyjne	4	2,8
słaba rozpoznawalność marki firmy na rynku	1	,7
inne	6	4,3
Total	141	100,0

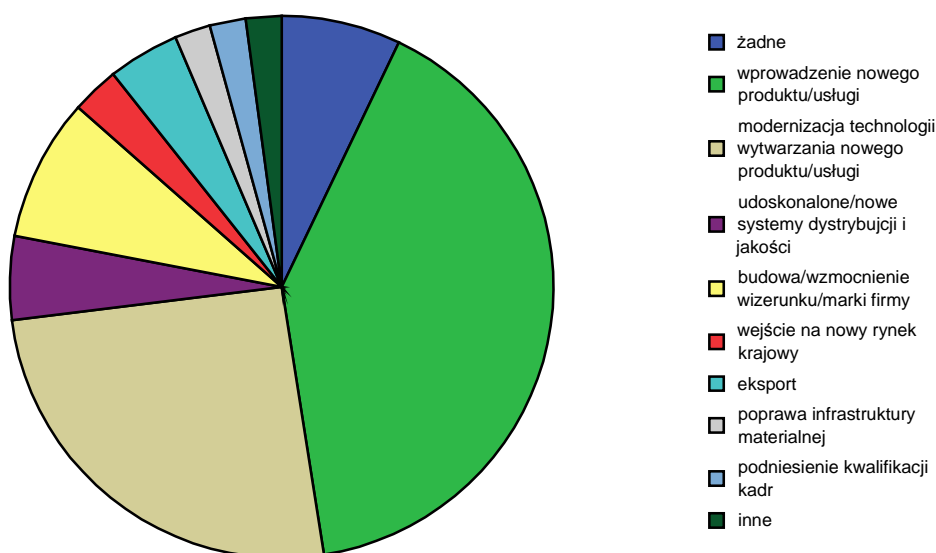


Obroty w 2006r.	Liczba	Procent
wzrosły	98	69,5
nie zmieniły się	28	19,9
zmały	15	10,6
Total	141	100,0

Obroty w 2007r.	Liczba	Procent
wzrosną	92	65,2
nie zmieniają się	37	26,2
zmniejszą	12	8,5
Total	141	100,0

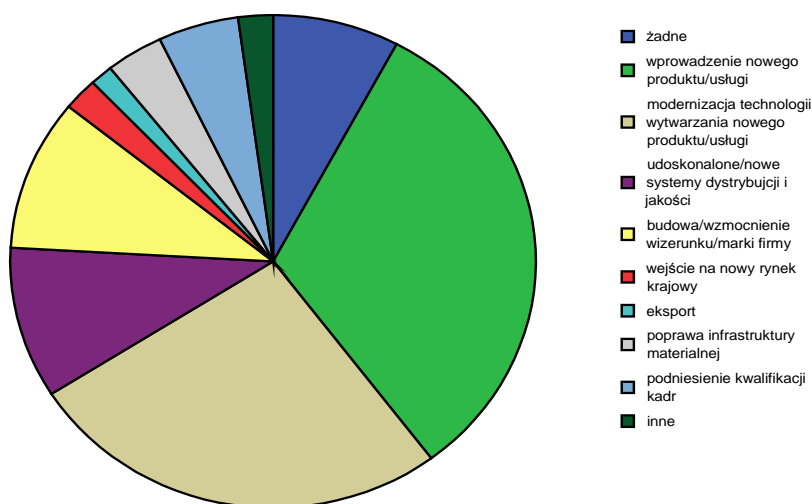
W związku ze zwiększaniem się obrotów firmy znacznie odważniej myślą o nowych przedsięwzięciach rozwojowych. Dla ostatnich 3 lat najczęściej wskazań było w odniesieniu do wprowadzenia nowego produktu usługi a także modernizacji technologii wytwarzania nowego produktu/usługi.

Przedsięwzięcia rozwojowe zrealizowane w ostatnich 3 latach	Liczba	Procent
żadne	10	7,1
wprowadzenie nowego produktu/usługi	57	40,4
modernizacja technologii wytwarzania nowego produktu/usługi	36	25,5
udoskonalone/nowe systemy dystrybucji i jakości	7	5,0
budowa/wzmocnienie wizerunku/marki firmy	12	8,5
wejście na nowy rynek krajowy	4	2,8
eksport	6	4,3
poprawa infrastruktury materialnej	3	2,1
podniesienie kwalifikacji kadr	3	2,1
inne	3	2,1
Total	141	100,0



W odniesieniu do planowanych działań rozwojowych firmy są zdecydowane w dalszym ciągu rozwijać nowe produkty i usługi oraz modernizować technologię ich wytwarzania. Małe i średnie firmy w zaawansowanych technologicznie sektorach rosną szybciej aniżeli w sektorach o niższych technologiach. W ramach sektorów o niższych technologiach, firmy dysponujące lepiej rozwiniętą technologią wykazują również szybszy wzrost i rozwój.

Przedsięwzięcia rozwojowe planowane do realizacji w najbliższych 3 latach	Liczba	Procent
żadne	11	7,8
wprowadzenie nowego produktu/usługi	45	31,9
modernizacja technologii wytwarzania nowego produktu/usługi	37	26,2
udoskonalone/nowe systemy dystrybucji i jakości	14	9,9
budowa/wzmocnienie wizerunku/marki firmy	14	9,9
wejście na nowy rynek krajowy	3	2,1
eksport	2	1,4
poprawa infrastruktury materialnej	5	3,5
podniesienie kwalifikacji kadr	7	5,0
inne	3	2,1
Total	141	100,0

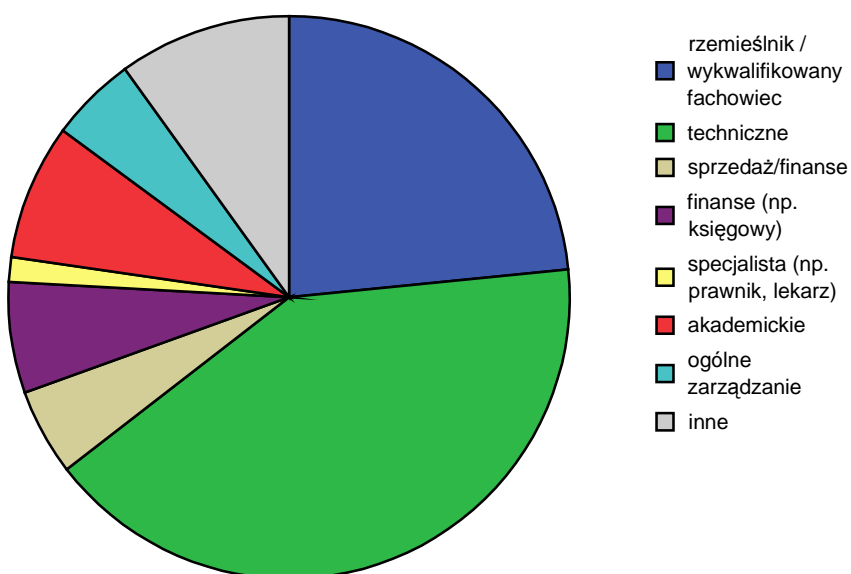


Edukacja jest istotnym czynnikiem kapitału ludzkiego potrzebnym dla sukcesu firmy. Daje podstawy do rozwoju intelektualnego, czyli tego co potrzebuje przedsiębiorca aby zostać człowiekiem sukcesu. Wyższy poziom wykształcenia wpływa na lepsze (odważniejsze) kontakty z klientami, partnerami biznesowymi oraz pracownikami instytucji finansowych (bankierami). Wykształceni przedsiębiorcy posiadają większe oczekiwania dotyczące poziomu dochodów, a ponieważ profity z prowadzenia działalności są bezpośrednio powiązane z wielkością firm, sugeruje to, że tacy przedsiębiorcy powiększają i rozwijają swoją firmę szybciej. Przedsiębiorczość jest również szansą wyższych dochodów dla osób mniej wykształconych. Generalnie większość badaczy zauważa pozytywną zależność, im wyższe wykształcenie przedsiębiorcy tym szybszy wzrost firmy. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorców posiada wykształcenie formalne wyższe i średnie. W sposób jednoznaczny dominuje wykształcenie techniczne wykwalifikowane oraz rzemieślnicze przygotowanie właścicieli. Zdecydowana większość przyznaje się do wcześniejszych

doświadczeń z podstawową działalnością firmy. Jako główne powody jej założenia wskazują samorealizację oraz niezależność/autonomię.

Poziom wykształcenie właściciela	Liczba	Procent
podstawowy	8	5,7
średni	73	51,8
wyższy	60	42,6
Total	141	100,0

Przygotowanie zawodowe właściciela	Liczba	Procent
rzemieślnik/wykwalifikowany fachowiec	33	23,4
techniczne	58	41,1
sprzedaż/finanse	7	5,0
finanse (np. księgowy)	9	6,4
specjalista (np. prawnik, lekarz)	2	1,4
akademickie	11	7,8
ogólne zarządzanie	7	5,0
inne	14	9,9
Total	141	100,0

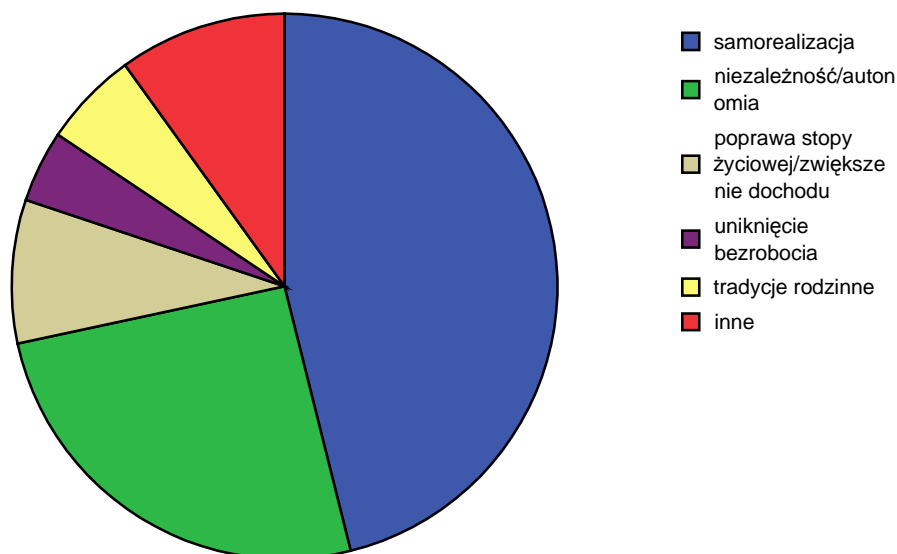


Przedsiębiorcy/właściciele z doświadczeniem menedżerskim prowadzą firmy które rosną szybciej. Doświadczeni właściciele mają wyższe oczekiwania dotyczące zarobków. Aby zatem sprostać swoim oczekiwaniom starają się szybciej rozwijać firmę. Wśród badanych firm zdecydowanie przeważają właściciele (71,6%) o dużym, uprzedni zdobytym doświadczeniu w biznesie.

Doświadczenie z podstawową działalnością firmy	Liczba	Procent
nie	40	28,4
tak	101	71,6
Total	141	100,0

Przedsiębiorcy, rozpoczynający działalność z pozytywną motywacją (niezależność, chęć samorealizacji, dostrzeganie szans rynkowych dla produktu/usługi, chęć zarobienia większych pieniędzy) mają większe skłonności do rozwoju firmy niż ci z negatywną (niezadowolenie z dotychczasowego pracodawcy, zagrożenie lub aktualne bezrobocie). Również przedsiębiorcy którzy chcą założyć interes tylko dla osiągnięcia zadowalającego poziomu dochodów są mniej skłonni do dynamicznego rozwoju swojej firmy. Natomiast firmy założone przez osoby bezrobotne wykazują mniejszą dynamikę wzrostu. Powodem tej zależności może być fakt, że na ogół bezrobotni posiadają niższy poziom umiejętności. W przeprowadzonym badaniu zdecydowanie dominują przedsiębiorcy/właściciele którzy zakładali działalność gospodarczą z pozytywną motywacją jak samorealizacja (46,1%) oraz niezależność (25,5%).

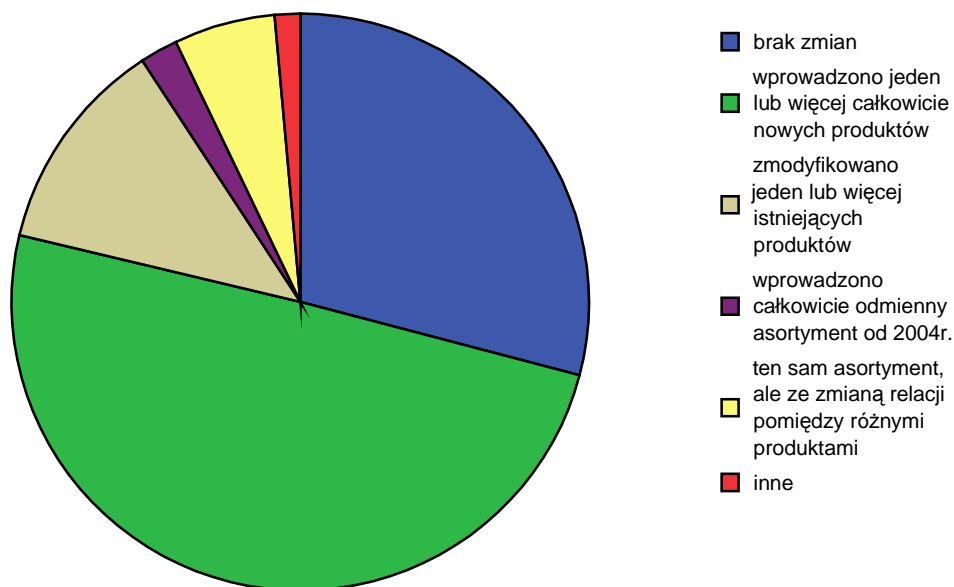
Przyczyny założenia lub zakupu firmy	Liczba	Procent
samorealizacja	65	46,1
niezależność/autonomia	36	25,5
poprawa stopy życiowej/zwiększenie dochodu	12	8,5
uniknięcie bezrobocia	6	4,3
tradycje rodzinne	8	5,7
inne	14	9,9
Total	141	100,0



Możliwości rozwoju produktów/usług

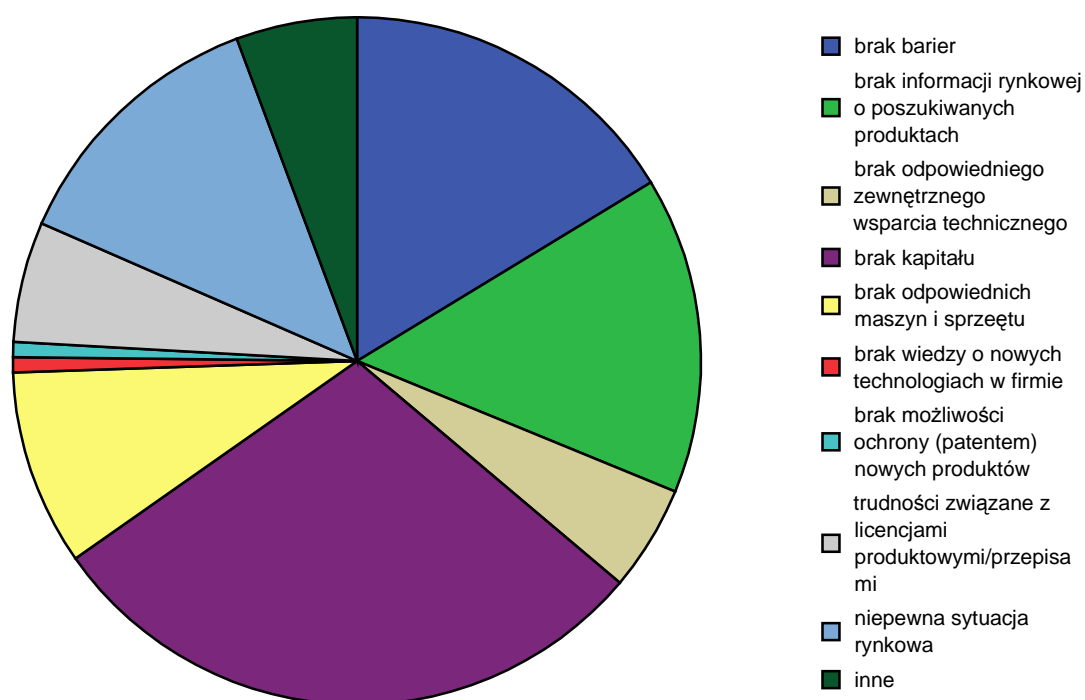
Szybko rosnące firmy częściej wprowadzają nowe produkty. Wprowadzenie nowego produktu (nowego na rynku lub nowego dla firmy) obok pozycji rynkowej (wyboru niszy) oraz poziomu technologicznego (innowacyjności) stanowi najważniejszy element strategii rozwoju. Największy potencjał firmy widzą we wprowadzaniu nowych produktów a następnie w modyfikacji już istniejącej oferty. Ponad połowa przedsiębiorstw pragnie zdecydowanie rozwijać swoją ofertę produktowo/usługową widząc w tym szansę na zwiększenie swojej konkurencyjności. W tych działaniach rozwojowych największymi barierami dla firm są braki w odniesieniu do kapitału, informacji rynkowej oraz obawa o sytuację rynkową.

Zmiana w asortymencie produktów w ciągu ostatnich 3 lat	Liczba	Procent
brak zmian	41	29,1
wprowadzono jeden lub więcej całkowicie nowych produktów	70	49,6
zmodyfikowano jeden lub więcej istniejących produktów	17	12,1
wprowadzono całkowicie odmienny asortyment od 2004r.	3	2,1
ten sam asortyment, ale ze zmianą relacji pomiędzy różnymi produktami	8	5,7
inne	2	1,4
Total	141	100,0



Zainteresowanie rozwojem nowych produktów	Liczba	Procent
nie	12	8,5
tak, być może	56	39,7
tak, zdecydowanie	73	51,8
Total	141	100,0

Aktualne bariery w rozwoju nowego produktu	Liczba	Procent
brak barier	23	16,3
brak informacji rynkowej o poszukiwanych produktach	21	14,9
brak odpowiedniego zewnętrznego wsparcia technicznego	7	5,0
brak kapitału	41	29,1
brak odpowiednich maszyn i sprzętu	13	9,2
brak wiedzy o nowych technologiach w firmie	1	,7
brak możliwości ochrony (patentem) nowych produktów	1	,7
trudności związane z licencjami produktowymi/przepisami	8	5,7
niepewna sytuacja rynkowa	18	12,8
inne	8	5,7
Total	141	100,0

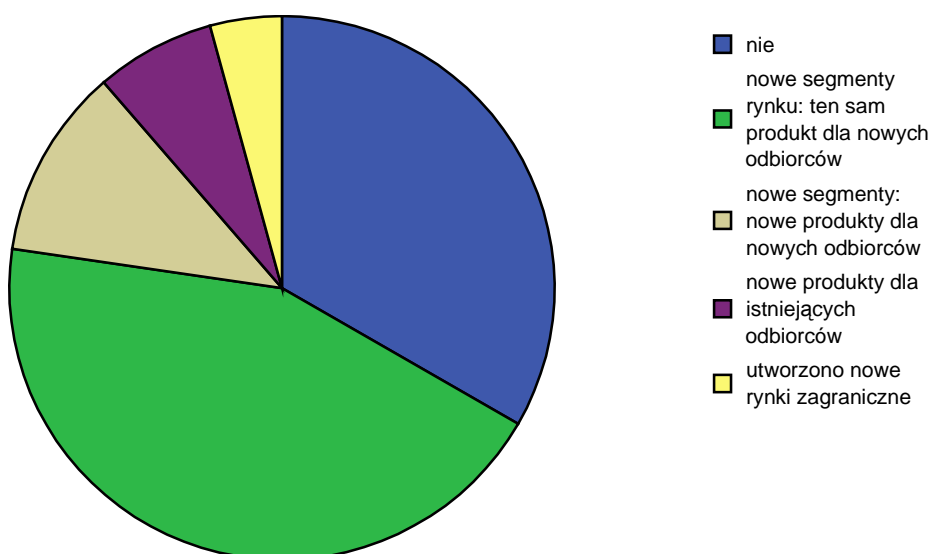


Możliwości rozwoju rynku

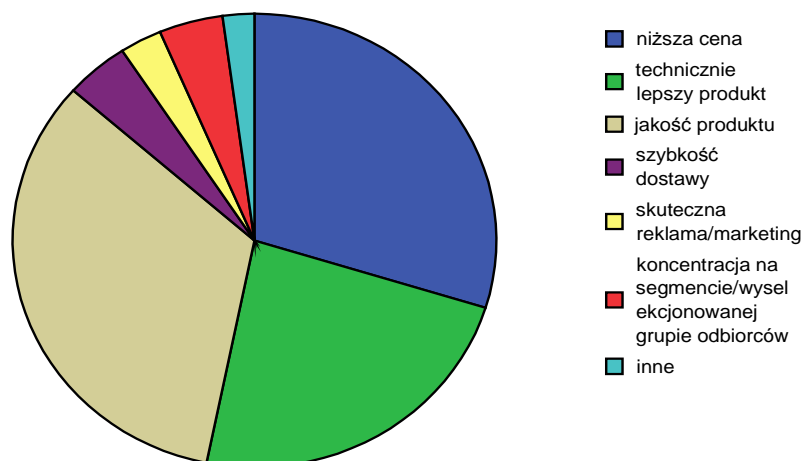
Ankietowane firmy prezentują postawę ekspansywną na rynku. Duża grupa (44%) uplasowała swoje dotychczasowe produkty wśród nowych odbiorców a także

wprowadziła (11,3%) nowe produkty dla nowych odbiorców. Właściwy wybór pozycji rynkowej (segmentu rynku, niszy) jest kluczowym czynnikiem wzrostu firm sektora MSP. Szybko rosnące firmy wypracowują swoją pozycją rynkową poprzez: konkurowanie jakością a nie ceną, wybór sektorów nastawionych na eksport, kooperację z dynamicznie rozwijającym się odbiorcą, dostosowywanie strategii do działań konkurencji i działań dużych firm.

Czy firma weszła na nowe rynki zbytu w ciągu ostatnich 3 lat	Liczba	Procent
nie	47	33,3
nowe segmenty rynku: ten sam produkt dla nowych odbiorców	62	44,0
nowe segmenty: nowe produkty dla nowych odbiorców	16	11,3
nowe produkty dla istniejących odbiorców	10	7,1
utworzono nowe rynki zagraniczne	6	4,3
Total	141	100,0



Poprawa konkurencyjności swoich produktów/usług	Liczba	Procent
niższa cena	42	29,8
technicznie lepszy produkt	33	23,4
jakość produktu	47	33,3
szybkość dostawy	6	4,3
skuteczna reklama/marketing	4	2,8
koncentracja na segmencie/wyselekcjonowanej grupie odbiorców	6	4,3
inne	3	2,1
Total	141	100,0

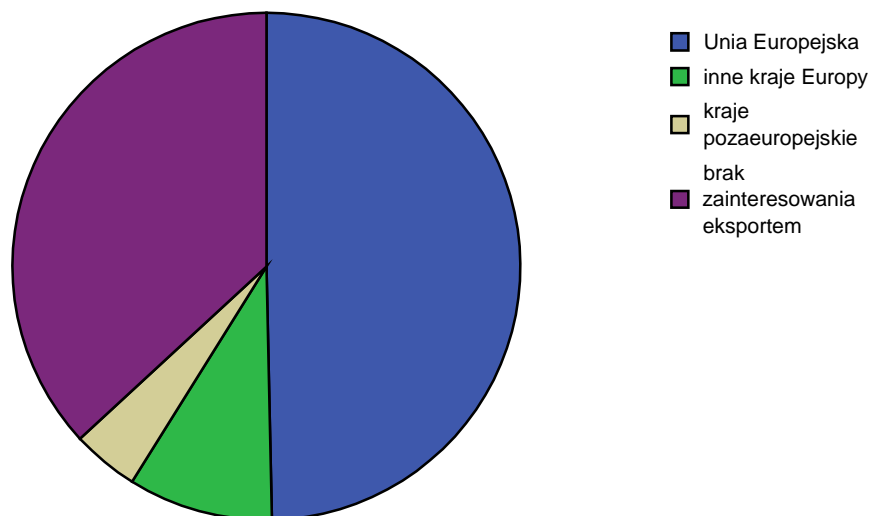


Stosunkowo umiarkowana część badanej populacji MSP w Małopolsce prowadzi eksport. Najbardziej pożądanym rynkiem eksportowym jest wskazywana Unia Europejska. Uzasadnione jest jednak, założenie, iż firmy, które podejmą eksport wykażą dynamiczny wzrost i rozwój wbrew pewnym niekorzystnym i nietrwałym uwarunkowaniom rynkowym (przepisy prawne, celne, certyfikaty, kursy walut itd.).

Firma eksportuje lub kiedykolwiek eksportowała	Liczba	Procent
nigdy nie eksportowała	73	51,8
jest obecnie eksporterem	55	39,0
wcześniej eksportowała, a obecnie nie	13	9,2
Total	141	100,0

Firma rozważa możliwość zwiększenia/rozpoczęcia eksportu	Liczba	Procent
nie	48	34,0
być może	42	29,8
tak	51	36,2
Total	141	100,0

Na jakie rynki eksportowe	Liczba	Procent
Unia Europejska	70	49,6
inne kraje Europy	13	9,2
kraje pozaeuropejskie	6	4,3
brak zainteresowania eksportem	52	36,9
Total	141	100,0



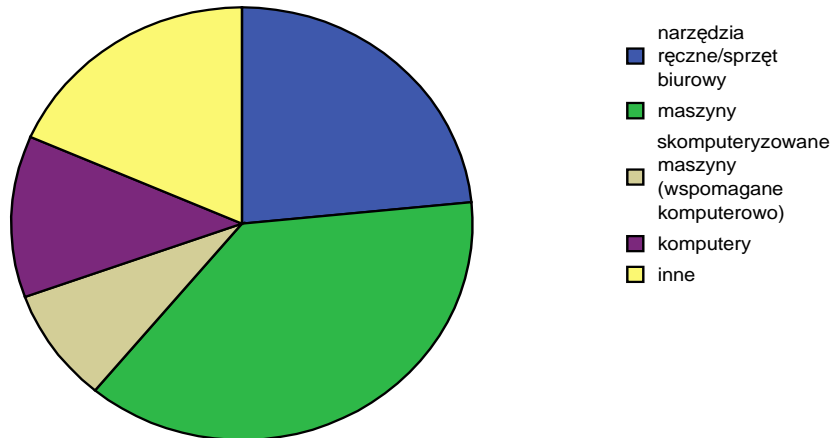
Zapotrzebowanie w dziedzinie zasobów ludzkich

Dokształcanie pracowników jest nie tyle czynnikiem wzrostu firmy, co zjawiskiem skorelowanym z powiększaniem się rozmiarów przedsiębiorstwa (nie czynnikiem wzrostu lecz efektem wzrostu). Dla firm sektora MSP istotniejsza jest elastyczność personelu od jego specyficznych umiejętności. Rotacja kadr jest w tych firmach bardzo wysoka, co nie pozwala zdyskontować korzyści z inwestycji w szkolenia pracowników. Szybko rosnące firmy częściej wykorzystują informację i doradztwo prywatnych firm (w zakresie księgowości, finansów, strategii, personelu i rekrutacji) niż firmy nie przejawiające wzrostu lub w fazie schyłku. Trudniej jest jednak wykazać, że wykorzystywanie doradztwa jest przyczyną, a nie efektem wzrostu firm. Dla firm sektora MSP poważną barierą na którą wskazują (58,2%) są zbyt duże koszty tych usług edukacyjno-doradczych na które ich pop prostu nie stać.

Czy opłaty za usługi edukacyjne i doradcze są dla firmy barierą w pozyskiwaniu tych usług	Liczba	Procent
nie	59	41,8
tak	82	58,2
Total	141	100,0

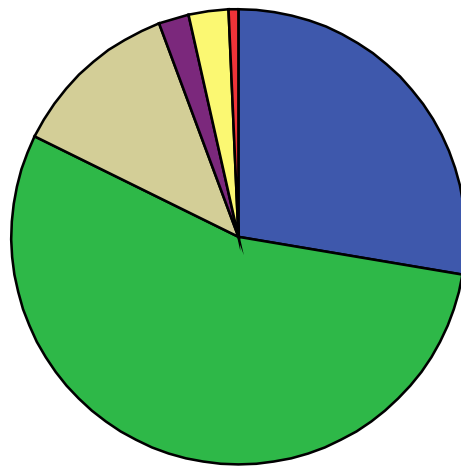
Możliwości inwestycyjne

Rodzaj maszyn i sprzętu stosowanego głównie w procesie wytwarzania produktu/usługi	Liczba	Procent
narzędzia ręczne/sprzęt biurowy	33	23,4
maszyny	53	37,6
skomputeryzowane maszyny (wspomagane komputerowo)	12	8,5
komputery	17	12,1
inne	26	18,4
Total	141	100,0



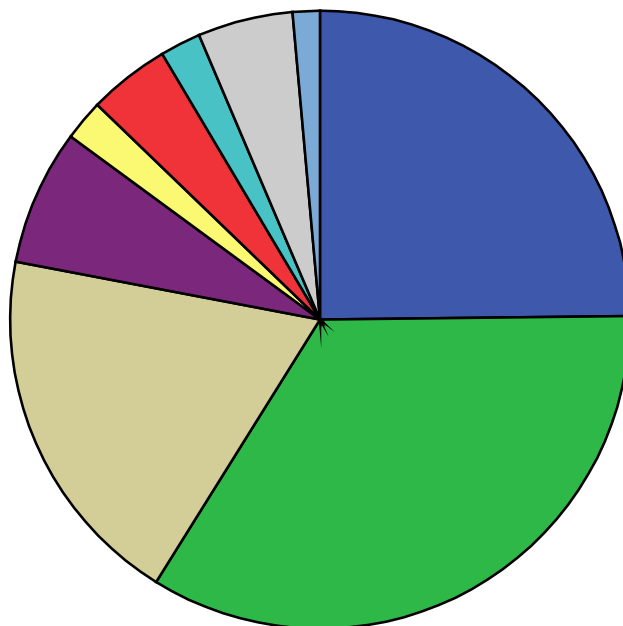
Czas użytkowania maszyn i sprzętu	Liczba	Procent
poniżej 1 roku	7	5,0
od 1 do 3 lat	33	23,4
od 4 do 10 lat	70	49,6
ponad 10 lat	31	22,0
Total	141	100,0

Główne bariery ograniczające możliwości poprawy poziomu technologii w firmie	Liczba	Procent
żadne	39	27,7
brak kapitału na zakup maszyn i sprzętu	77	54,6
brak odpowiednio wykwalifikowanej siły roboczej	17	12,1
brak możliwości szkolenia pracowników	3	2,1
brak wiedzy o postępie w produkcji/usługach	4	2,8
inne	1	,7
Total	141	100,0



- żadne
- brak kapitału na zakup maszyn i sprzętu
- brak odpowiednio wykwalifikowanej siły roboczej
- brak możliwości szkolenia pracowników
- brak wiedzy o postępie w produkcji/usługach
- inne

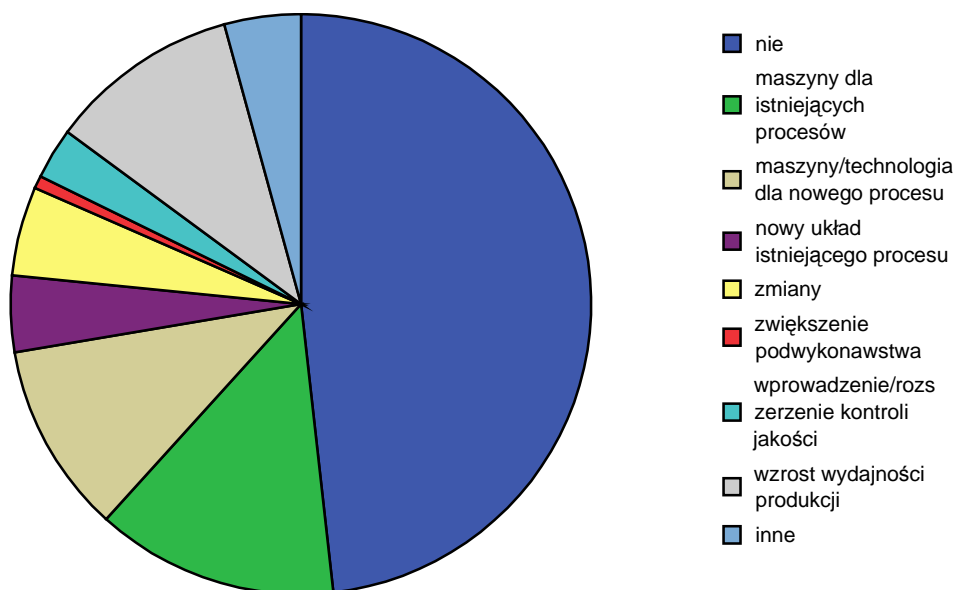
Zmiany dokonane w odniesieniu do procesu produkcji/usługi lub jej organizacji w ciągu ostatnich 3 lat	Liczba	Procent
nie	35	24,8
maszyny dla istniejących procesów	48	34,0
maszyny/technologie dla nowego procesu	27	19,1
nowy układ istniejącego procesu	10	7,1
zmiany w kierunku zmniejszenia zapasów/just in time	3	2,1
zwiększenie podwykonawstwa	6	4,3
wprowadzenie/rozszerzenie kontroli jakości	3	2,1
wzrost wydajności produkcji	7	5,0
inne	2	1,4
Total	141	100,0



- nie
- maszyny dla istniejących procesów
- maszyny/technologie dla nowego procesu
- nowy układ istniejącego procesu
- zmiany w kierunku zmniejszenia zapasów/just in time
- zwiększenie podwykonawstwa
- wprowadzenie/rozszerzenie kontroli jakości
- wzrost wydajności produkcji
- inne

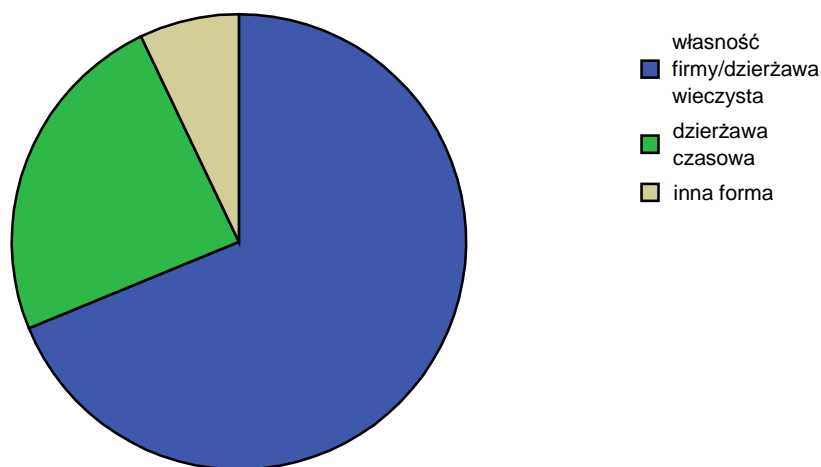
Zainteresowanie skorzystaniem z zewnętrznych konsultacji/doradztwa w zakresie organizacji procesu wytwarzania produktu/usługi	Liczba	Procent
nie	69	48,9
tak	72	51,1
Total	141	100,0

Jakie są priorytetowe dziedziny gdzie taka pomoc jest potrzebna	Liczba	Procent
nie	68	48,2
maszyny dla istniejących procesów	19	13,5
maszyny/technologia dla nowego procesu	15	10,6
nowy układ istniejącego procesu	6	4,3
zmiany	7	5,0
zwiększenie podwykonawstwa	1	,7
wprowadzenie/rozszerzenie kontroli jakości	4	2,8
wzrost wydajności produkcji	15	10,6
inne	6	4,3
Total	141	100,0



Rozwój infrastruktury materialnej

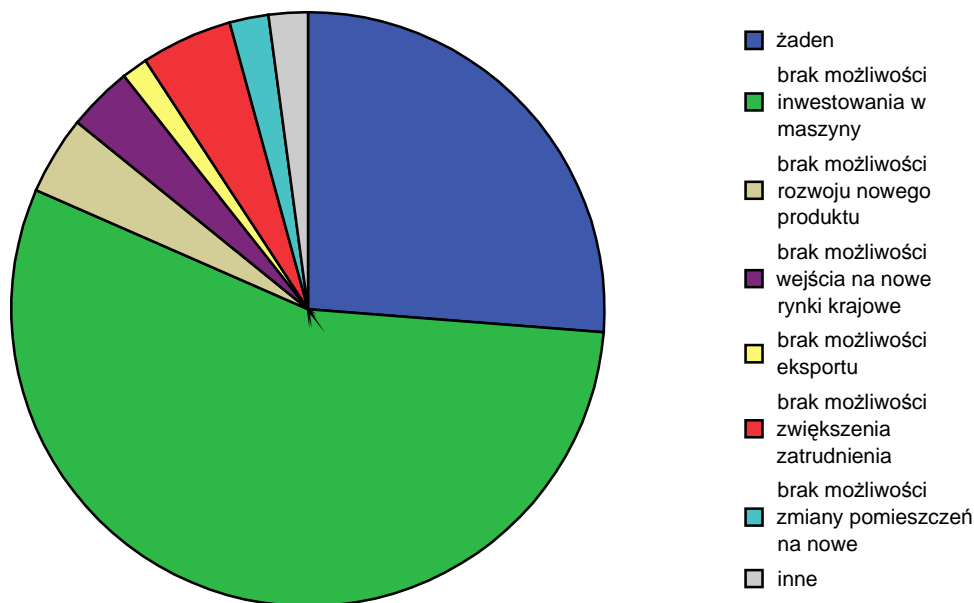
Na jakich zasadach firma korzysta ze swego głównego terenu działalności	Liczba	Procent
własność firmy/dzierżawa wieczysta	97	68,8
dzierżawa czasowa	34	24,1
inna forma	10	7,1
Total	141	100,0



Czy firma planuje zmianę lokalizacji w ciągu najbliższych 3 lat	Liczba	Procent
nie	101	71,6
w obrębie tego samego miasta	25	17,7
w obrębie tego samego regionu	14	9,9
poza region ale w obrębie kraju	1	,7
Total	141	100,0

Planowanie zasobów

Wpływ niedoboru środków finansowych na rozwój firmy	Liczba	Procent
żaden	37	26,2
brak możliwości inwestowania w maszyny	78	55,3
brak możliwości rozwoju nowego produktu	6	4,3
brak możliwości wejścia na nowe rynki krajowe	5	3,5
brak możliwości eksportu	2	1,4
brak możliwości zwiększenia zatrudnienia	7	5,0
brak możliwości zmiany pomieszczeń na nowe	3	2,1
inne	3	2,1
Total	141	100,0

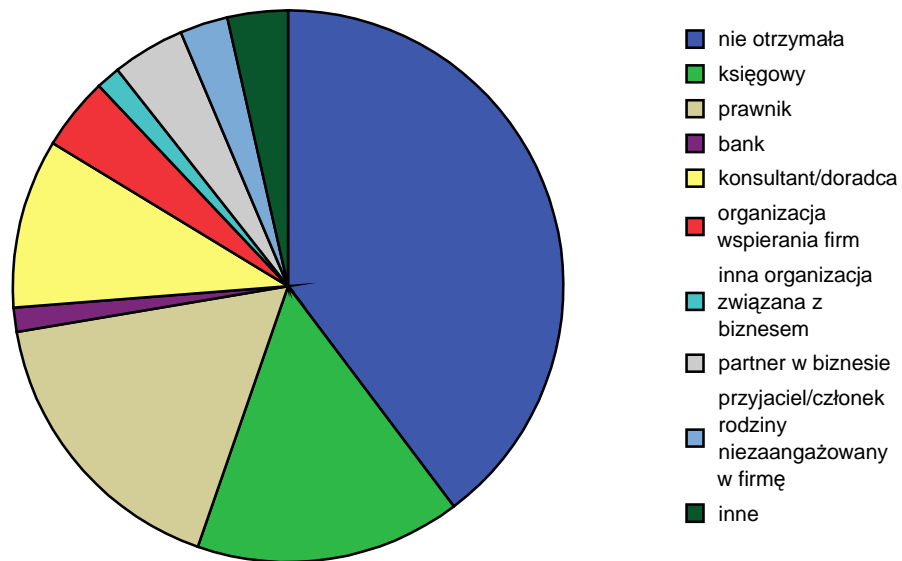


Czy firma jest zainteresowana uzyskaniem zewnętrznego kapitału na rozwój firmy	Liczba	Procent
nie	23	16,3
tak, być może	89	63,1
tak, definitywnie	29	20,6
Total	141	100,0

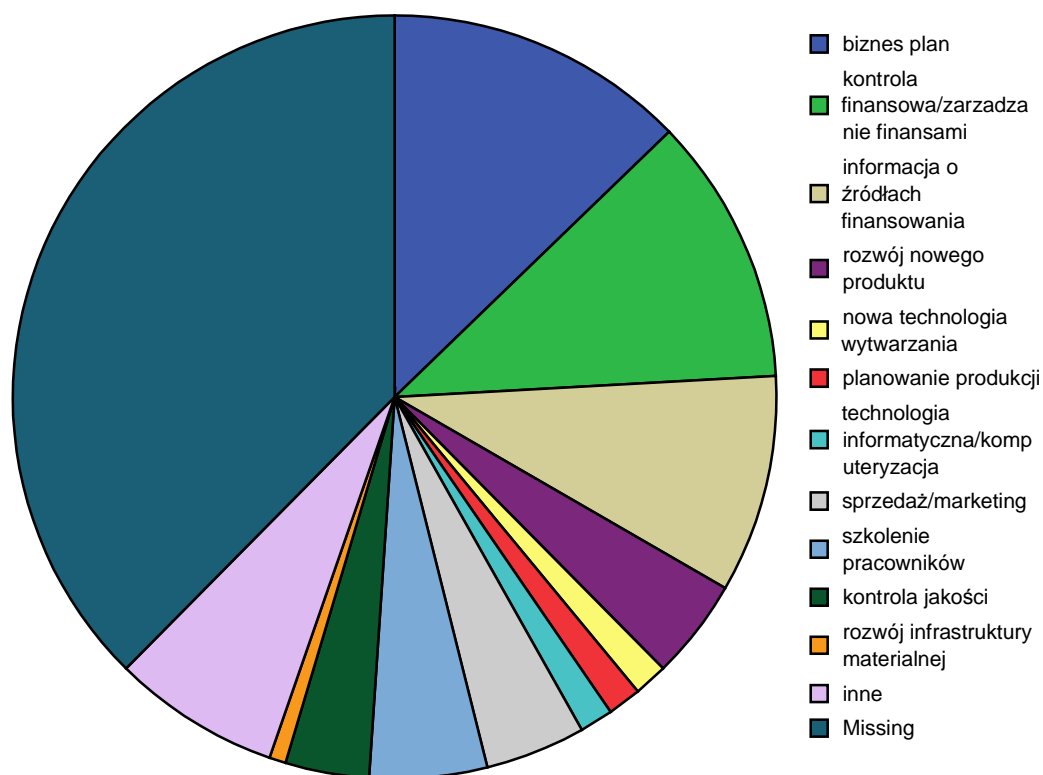
Czy firma opracowała biznes plan w ciągu ostatnich 3 lat	Liczba	Procent
brak biznes planu	43	30,5
tak, nieformalny biznes plan	64	45,4
tak, formalny (napisany) biznes plan	34	24,1
Total	141	100,0

Usługi wspierające biznes

Czy firma otrzymała od 2004r. porady/konsulting od osoby lub organizacji spoza firmy	Liczba	Procent
nie otrzymała	56	39,7
księgowy	22	15,6
prawnik	24	17,0
bank	2	1,4
konsultant/doradca	14	9,9
organizacja wspierania firm	6	4,3
inna organizacja związana z biznesem	2	1,4
partner w biznesie	6	4,3
przyjaciół/członek rodziny niezaangażowany w firmę	4	2,8
inne	5	3,5
Total	141	100,0

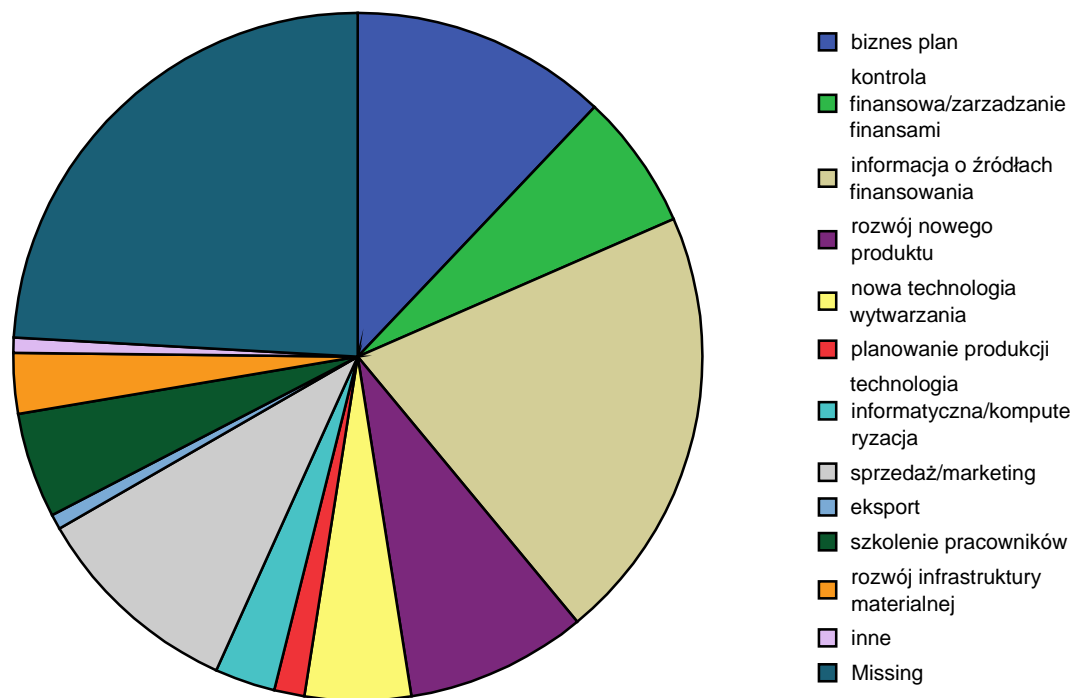


Co było przedmiotem doradztwa/konsultingu	Liczba	Procent
biznes plan	18	12,8
kontrola finansowa/zarządzanie finansami	16	11,3
informacja o źródłach finansowania	13	9,2
rozwój nowego produktu	6	4,3
nowa technologia wytwarzania	2	1,4
planowanie produkcji	2	1,4
technologia informatyczna/komputeryzacja	2	1,4
sprzedaż/marketing	6	4,3
szkolenie pracowników	7	5,0
kontrola jakości	5	3,5
rozwój infrastruktury materialnej	1	0,7
inne	10	7,1
Total	88	62,4
Missing	53	37,6
Total	141	100,0



Czy jakaś forma pomocy jest przez firmę pożądana	Liczba	Procent
nie	36	25,5
tak, być może	85	60,3
tak, definitywnie	20	14,2
Total	141	100,0

Jakiego rodzaju pomoc jest przez firmę pożądana	Liczba	Procent
biznes plan	17	12,1
kontrola finansowa/zarządzanie finansami	9	6,4
informacja o źródłach finansowania	29	20,6
rozwój nowego produktu	12	8,5
nowa technologia wytwarzania	7	5,0
planowanie produkcji	2	1,4
technologia informatyczna/komputeryzacja	4	2,8
sprzedaż/marketing	14	9,9
ekspert	1	,7
szkolenie pracowników	7	5,0
rozwój infrastruktury materialnej	4	2,8
inne	1	,7
Total	107	75,9
Missing	34	24,1
Total	141	100,0



Wnioski – odpowiedź na pytanie badawcze nr 3

Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy potencjału badanych firm (silne i słabe strony)?

Silne strony:

1. Wysoki poziom wykształcenia formalnego przedsiębiorców.
2. Aktywność innowacyjna w zakresie nowych produktów/usług.
3. Właściciele z bagażem wcześniejszego doświadczenia biznesowego.
4. Świadomość potrzeby poszukiwania informacji o nowych technologiach i zdobywaniu certyfikatów jakości.
5. Gotowość do ustawicznego kształcenia zawodowego.

Słabe strony

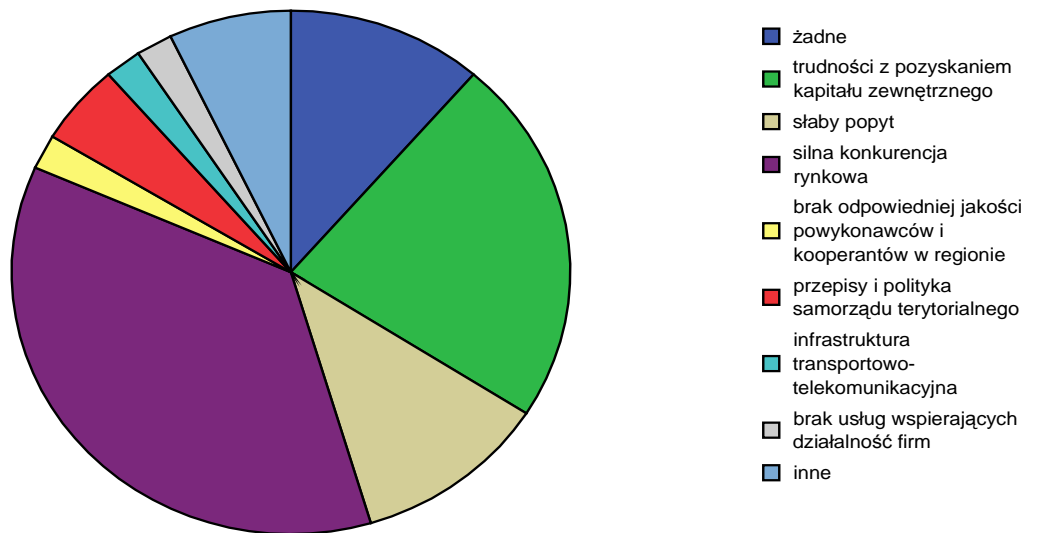
1. Wysoki udział prostych form prawnych nie cieszących się uznaniem i zaufaniem wśród partnerów biznesowych. Indywidualna działalność gospodarcza oparta o wpis

do ewidencji działalności gospodarczej stanowi prawie połowę (45,4%) badanych firm.

2. Słaba płynność finansowa ograniczająca rozwój firm przez problemy z uzyskiwaniem należności za sprzedane towary.
3. Problemy z pozyskaniem kapitału na modernizację firmy
4. Brak atrakcyjności wśród potencjalnych pracowników szczególnie specjalistów nisko i średnio wykwalifikowanych
5. Silne uzależnienie od rynków i odbiorców lokalnych oraz regionalnych. Pochodną takiego rynku jest wąska baza odbiorców sprawiająca, iż małe i średnie firmy są podatne na zakłócenia w momencie straty jednego lub kilku głównych odbiorców.
6. Niezadowalający poziom innowacyjności parku maszynowego. Jedną z istotnych słabości polskich MSP jest wciąż przestarzały park maszynowy i stare technologie, mogące stanowić istotne zagrożenie w związku z naszą obecnością w Unii Europejskiej. Z badania wynika, że prawie połowa firm miało park maszynowy w wieku od 4 do 10 lat.
7. Umiarkowana aktywność MSP eksportowa. Nierównomierna geograficzna struktura eksportu; niemal połowę ogółu eksporterów stanowiły firmy sprzedające na rynki Unii Europejskiej, natomiast na innych rynkach jest słaba aktywność. Eksport miał charakter bardziej sporadyczny niż regularny.
8. Dominujący charakter powiązań opartych na podwykonawstwie, co uzależniało badane firmy od bardzo wąskiej grupy odbiorców.
9. Oparcie konkurencyjności na przewagach które mogą okazać się nietrwałe.
10. Słabość zarządzania i brak dostatecznych umiejętności w zakresie sprzedaży i marketingu, planowania działalności i zarządzania finansowego.

4.1.2. Zewnętrzne czynniki rozwoju (otoczenie przedsiębiorstw)

Jakie uwarunkowania otoczenia ograniczają rozwój firmy	Liczba	Procent
żadne	16	11,3
trudności z pozyskaniem kapitału zewnętrznego	32	22,7
słaby popyt	16	11,3
silna konkurencja rynkowa	51	36,2
brak odpowiedniej jakości podwykonawców i kooperantów w regionie	3	2,1
przepisy i polityka samorządu terytorialnego	7	5,0
infrastruktura transportowo-telekomunikacyjna	3	2,1
brak usług wspierających działalność firm	3	2,1
inne	10	7,1
Total	141	100,0



Możliwości rozwoju rynku

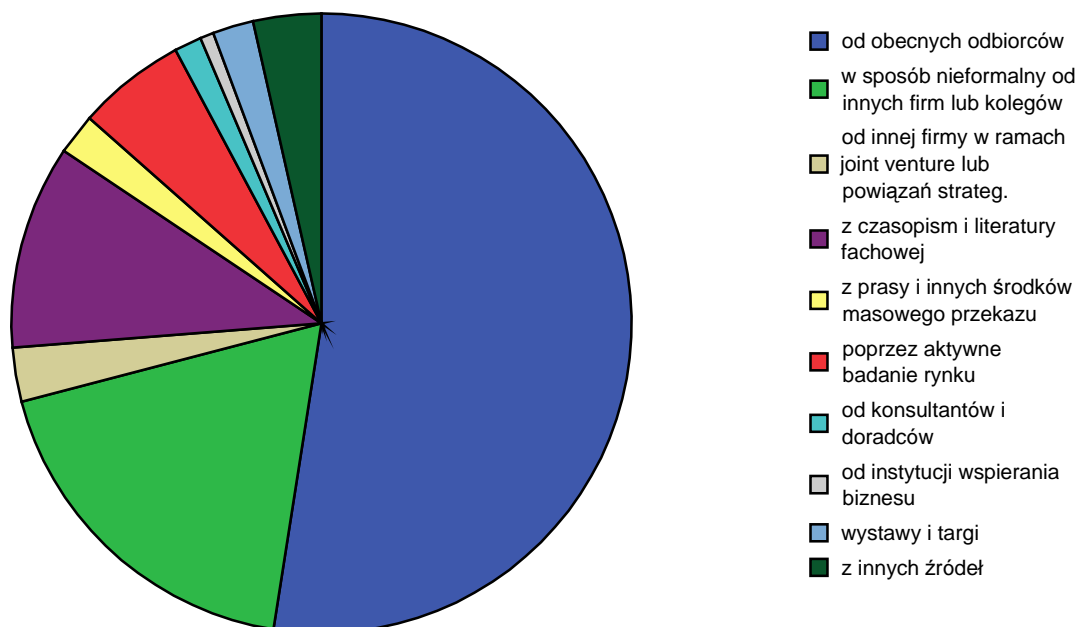
Porozumienie o kooperacji z jednym lub więcej głównymi odbiorcami w regionie	Liczba	Procent
nie	78	55,3
tak, jesteśmy podwykonawcą/poddostawcą	50	35,5
tak, inna forma kooperacji	13	9,2
Total	141	100,0

Popyt na główny produkt/usługę w ciągu najbliższych 3 lat	Liczba	Procent
stały	40	28,4
rosnący	95	67,4
malejący	6	4,3
Total	141	100,0

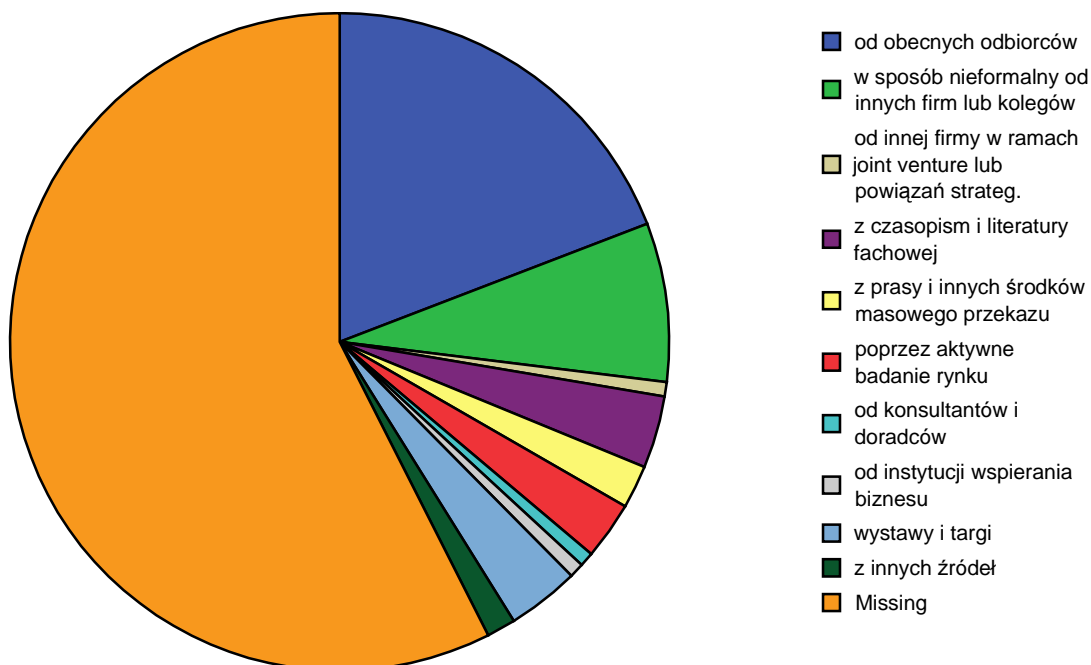
Poziom konkurencji na głównych rynkach	Liczba	Procent
brak konkurencji	1	,7
ostra/silna konkurencja	80	56,7
umiarkowana konkurencja	54	38,3
słaba konkurencja	6	4,3
Total	141	100,0

Skąd pochodzi najsilniejsza konkurencja	Liczba	Procent
lokalna	31	22,0
regionalna	76	53,9
krajowa	23	16,3
Unia Europejska	1	,7
inne kraje Europy	9	6,4
kraje pozaeuropejskie	1	,7
Total	141	100,0

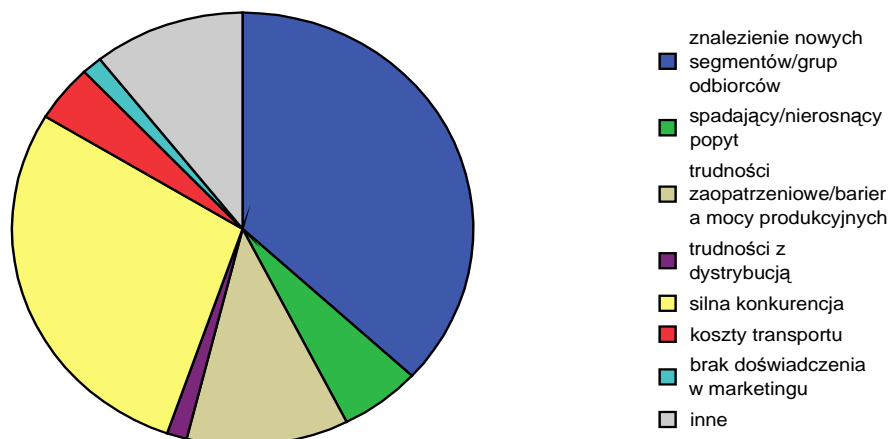
Informacje o rynku krajowym	Liczba	Procent
od obecnych odbiorców	74	52,5
w sposób nieformalny od innych firm lub kolegów	26	18,4
od innej firmy w ramach joint venture lub powiązań strateg.	4	2,8
z czasopism i literatury fachowej	15	10,6
z prasy i innych środków masowego przekazu	3	2,1
poprzez aktywne badanie rynku	8	5,7
od konsultantów i doradców	2	1,4
od instytucji wspierania biznesu	1	,7
wystawy i targi	3	2,1
z innych źródeł	5	3,5
Total	141	100,0



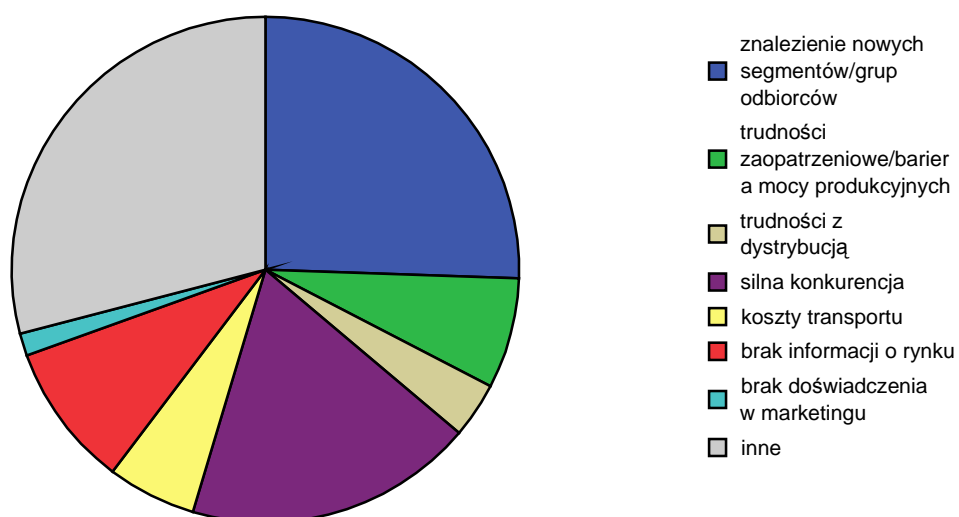
Informacje o rynkach zagranicznych	Liczba	Procent
od obecnych odbiorców	27	19,1
w sposób nieformalny od innych firm lub kolegów	11	7,8
od innej firmy w ramach joint venture lub powiązań strateg.	1	,7
z czasopism i literatury fachowej	5	3,5
z prasy i innych środków masowego przekazu	3	2,1
poprzez aktywne badanie rynku	4	2,8
od konsultantów i doradców	1	,7
od instytucji wspierania biznesu	1	,7
wystawy i targi	5	3,5
z innych źródeł	2	1,4
Total	60	42,6
Missing	81	57,4
Total	141	100,0



Najważniejsze przeszkody w zwiększeniu sprzedaży na rynku krajowym	Liczba	Procent
znalezienie nowych segmentów/grup odbiorców	52	36,9
spadający/nierosnący popyt	8	5,7
trudności zaopatrzeniowe/bariera mocy produkcyjnych	16	11,3
trudności z dystrybucją	2	1,4
silna konkurencja	40	28,4
koszty transportu	6	4,3
brak doświadczenia w marketingu	2	1,4
inne	15	10,6
Total	141	100,0



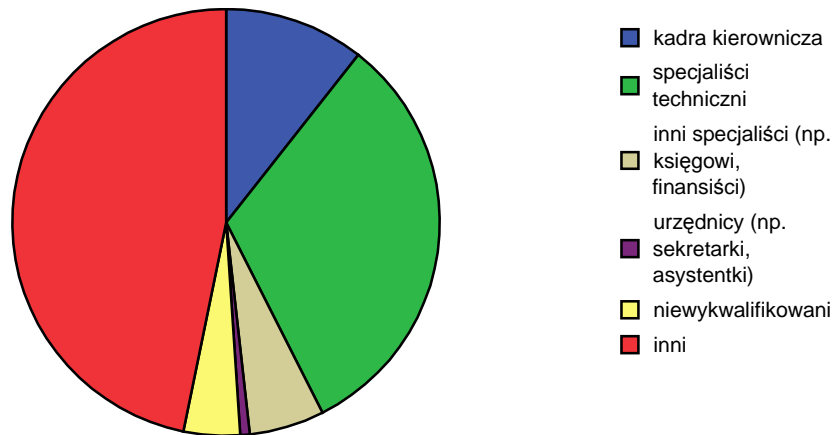
Najważniejsze przeszkody w zwiększeniu sprzedaży na rynkach zagranicznych/wejściu na rynki zagraniczne	Liczba	Procent
znalezienie nowych segmentów/grup odbiorców	36	25,5
trudności zaopatrzeniowe/bariera mocy produkcyjnych	10	7,1
trudności z dystrybucją	5	3,5
silna konkurencja	26	18,4
koszty transportu	8	5,7
brak informacji o rynku	13	9,2
brak doświadczenia w marketingu	2	1,4
inne	41	29,1
Total	141	100,0



Zapotrzebowanie w dziedzinie zasobów ludzkich

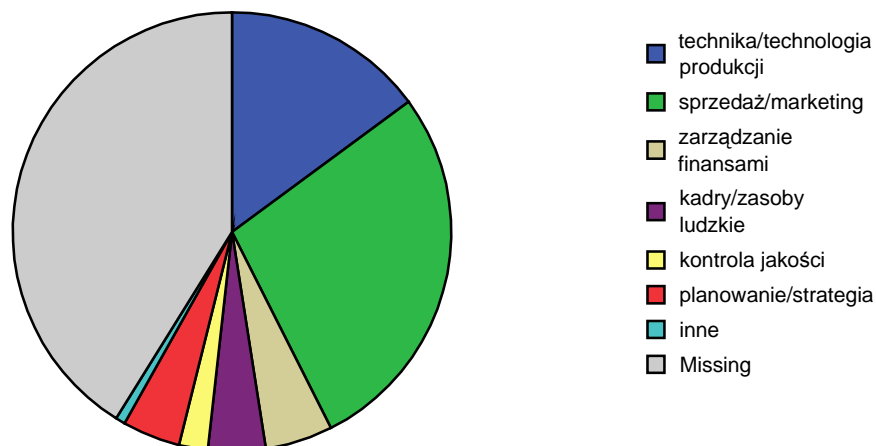
Trudności w rekrutacji pracowników z konkretnymi kwalifikacjami wymaganymi przez firmę	Liczba	Procent
nie	46	32,6
tak	95	67,4
Total	141	100,0

Trudności w rekrutacji pracowników z grup zawodowych	Liczba	Procent
kadra kierownicza	15	10,6
specjaliści techniczni	45	31,9
inni specjaliści (np. księgowi, finansiści)	8	5,7
urzędnicy (np. sekretarki, asystentki)	1	,7
niewykwalifikowani	6	4,3
inni	66	46,8
Total	141	100,0



Zainteresowanie ofertą edukacyjną i doradczą w zakresie zarządzania firmą	Liczba	Procent
nie	48	34,0
tak	93	66,0
Total	141	100,0

Obszary zainteresowania ofertą edukacyjną i doradczą w zakresie zarządzania firmą	Liczba	Procent
technika/technologia produkcji	21	14,9
sprzedaż/marketing	39	27,7
zarządzanie finansami	7	5,0
kadry/zasoby ludzkie	6	4,3
kontrola jakości	3	2,1
planowanie/strategia	6	4,3
inne	1	,7
Total	83	58,9
Missing	58	41,1
Total	141	100,0



Czy opłaty za usługi edukacyjne i doradcze są dla firmy barierą w pozyskiwaniu tych usług	Liczba	Procent
nie	59	41,8
tak	82	58,2
Total	141	100,0

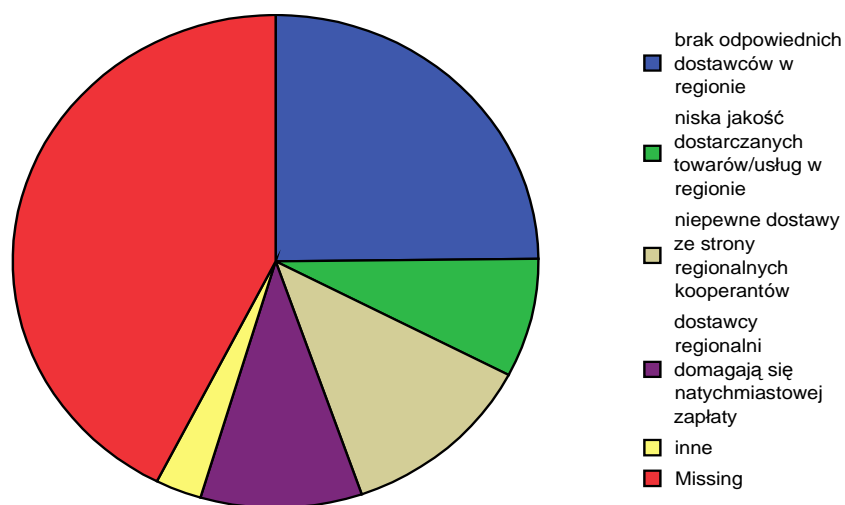
Czy istnieje w regionie wystarczająca podaż programów nauczania i kursów w istotnych dla firmy dziedzinach	Liczba	Procent
nie	39	27,7
nie wiem	67	47,5
tak	35	24,8
Total	141	100,0

Czy istnieje w regionie wystarczająca podaż usług doradczych w istotnych dla firmy dziedzinach	Liczba	Procent
nie	30	21,3
nie wiem	80	56,7
tak	31	22,0
Total	141	100,0

Możliwości inwestycyjne

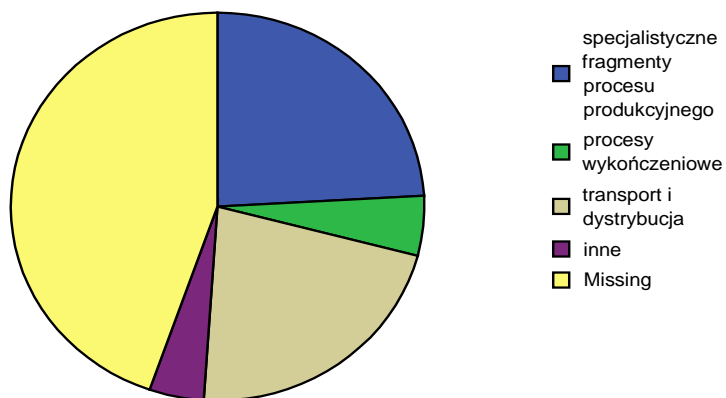
W jakim stopniu trudności z zaopatrzeniem na terenie regionu wpływają na konkurencyjność firmy	Liczba	Procent
nie wpływają w ogóle	70	49,6
tak, w pewnym stopniu	64	45,4
tak, definitywnie	7	5,0
Total	141	100,0

Charakter trudności z zaopatrzeniem na terenie regionu wpływających na konkurencyjność firmy	Liczba	Procent
brak odpowiednich dostawców w regionie	35	24,8
niska jakość dostarczanych towarów/usług w regionie	11	7,8
niepewne dostawy ze strony regionalnych kooperantów	17	12,1
dostawcy regionalni domagają się natychmiastowej zapłaty	14	9,9
inne	4	2,8
Total	81	57,4
Missing	60	42,6
Total	141	100,0



Czy firma zleca innym firmom w regionie wykonawstwo części swoich zadań	Liczba	Procent
nie	66	46,8
tak, od czasu do czasu	53	37,6
tak, regularnie	22	15,6
Total	141	100,0

Jakie zadania firma zleca innym firmom w regionie	Liczba	Procent
specjalistyczne fragmenty procesu produkcyjnego	34	24,1
procesy wykończeniowe	7	5,0
transport i dystrybucja	31	22,0
inne	6	4,3
Total	78	55,3
Missing	63	44,7
Total	141	100,0

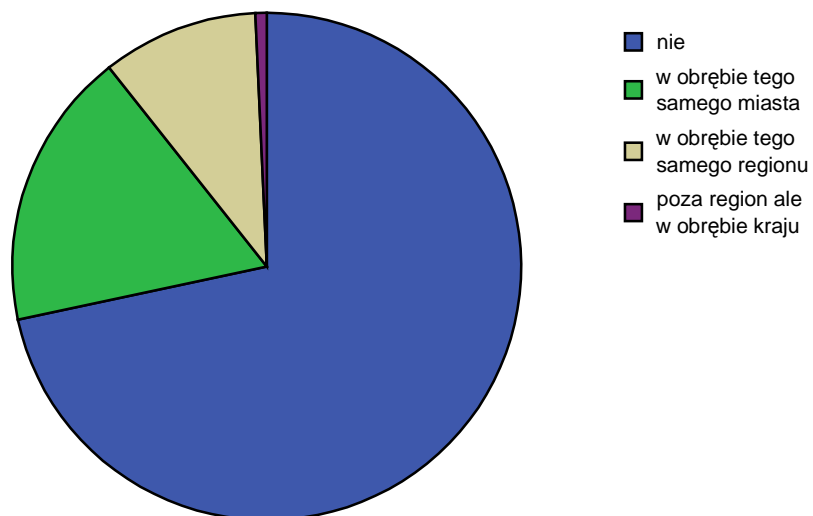


Jakie są główne przeszkody w wykorzystaniu zewnętrznej pomocy konsultacyjnej/doradczej	Liczba	Procent
żadne	65	46,1
brak informacji o tym do kogo się zwrócić	46	32,6
koszt uzyskania wiedzy	27	19,1
inne	3	2,1
Total	141	100,0

Rozwój infrastruktury materialnej

Stopień ograniczenia rozwoju firmy przez czynniki związane z terenem lokalizacji	Liczba	Procent
w żadnym stopniu	60	42,6
małe ograniczenie	54	38,3
duże ograniczenie	27	19,1
Total	141	100,0

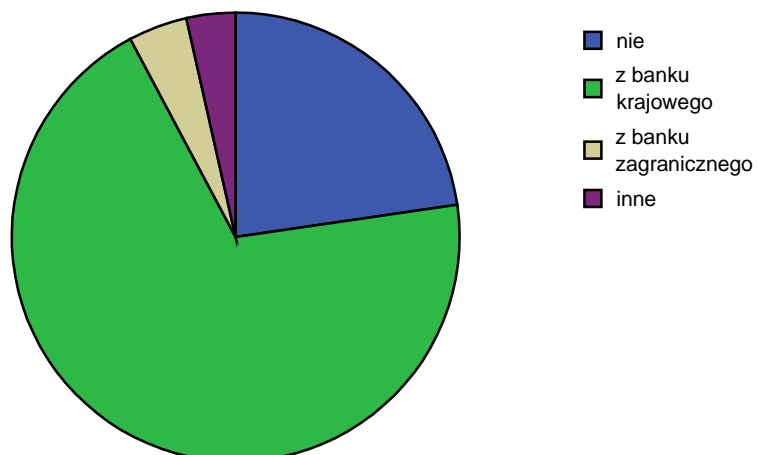
Czy firma planuje zmianę lokalizacji w ciągu najbliższych 3 lat	Liczba	Procent
nie	101	71,6
w obrębie tego samego miasta	25	17,7
w obrębie tego samego regionu	14	9,9
poza region ale w obrębie kraju	1	,7
Total	141	100,0



Główne powody planowanej zmiany lokalizacji firmy	Liczba	Procent
większe/bardziej odpowiednie pomieszczenia	28	19,9
tańsza lokalizacja	3	2,1
bliżej rynku	4	2,8
lepszy dojazd	3	2,1
inne	2	1,4
Total	40	28,4
Missing	101	71,6
Total	141	100,0

Planowanie zasobów

Czy firma próbowała uzyskać pożyczkę/kredyt w banku lub innej organizacji w ciągu ostatnich 3 lat	Liczba	Procent
nie	32	22,7
z banku krajowego	98	69,5
z banku zagranicznego	6	4,3
inne	5	3,5
Total	141	100,0



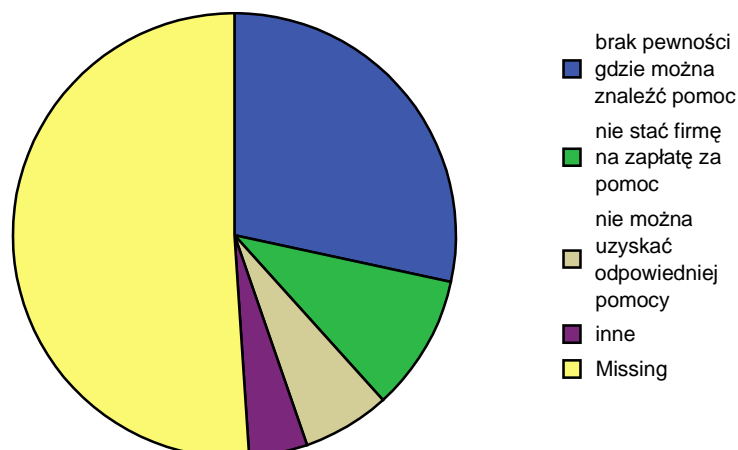
Powody nie przyznania pożyczki/kredytu	Liczba	Procent
niewystarczające zabezpieczenie	11	7,8
zbyt wysokie oprocentowanie	5	3,5
inne	10	7,1
Total	26	18,4
Missing	115	81,6
Total	141	100,0

Kto pomagał przy opracowywaniu biznes planu	Liczba	Procent
księgowy/finansista	14	9,9
specjalista w banku	6	4,3
instytucja wspierania biznesu	6	4,3
prywatny konsultant/doradca	16	11,3
inna firma	4	2,8
inne	9	6,4
Total	55	39,0
Missing	86	61,0
Total	141	100,0

Usługi wspierające biznes

Czy firma poszukiwała pomocy zewnętrznej	Liczba	Procent
nie	84	59,6
tak	57	40,4
Total	141	100,0

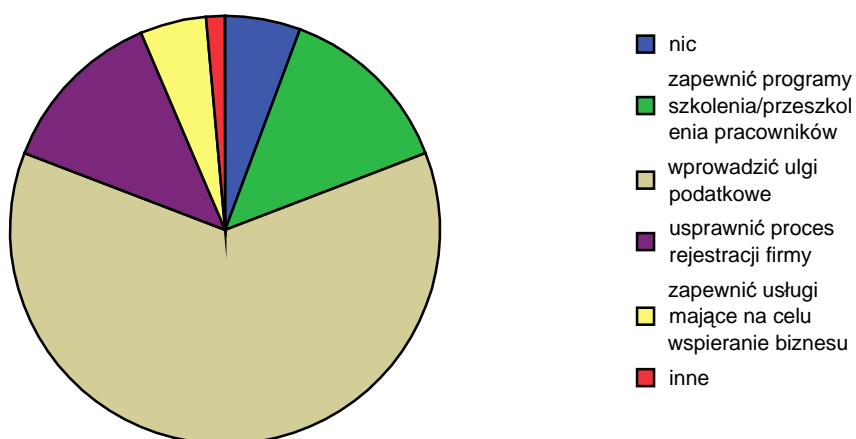
Jeżeli nie, to dlaczego	Liczba	Procent
brak pewności gdzie można znaleźć pomoc	40	28,4
nie stać firmę na zapłatę za pomoc	14	9,9
nie można uzyskać odpowiedniej pomocy	9	6,4
inne	6	4,3
Total	69	48,9
Missing	72	51,1
Total	141	100,0



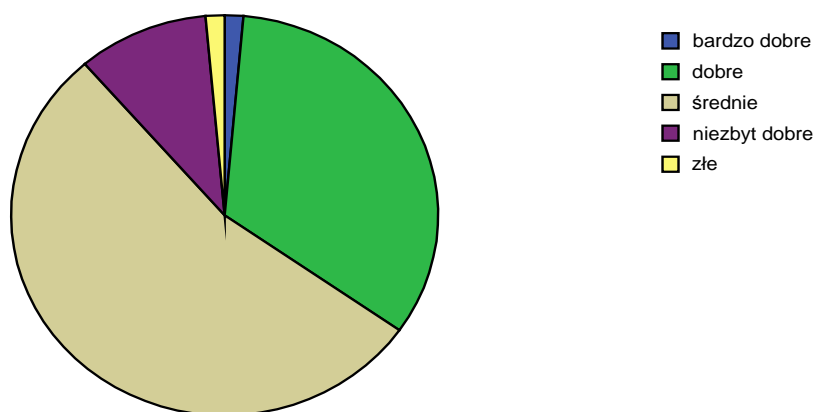
Czy firma zamierza poszukiwać pomocy w przyszłości	Liczba	Procent
nie	48	34,0
tak	93	66,0
Total	141	100,0

Polityka władz samorządowych

Najważniejsze posunięcia które władze lokalne mogą dokonać aby pomóc przedsiębiorcom	Liczba	Procent
nic	8	5,7
zapewnić programy szkolenia/przeszkolenia pracowników	19	13,5
wprowadzić ulgi podatkowe	87	61,7
usprawnić proces rejestracji firmy	18	12,8
zapewnić usługi mające na celu wspieranie biznesu	7	5,0
inne	2	1,4
Total	141	100,0



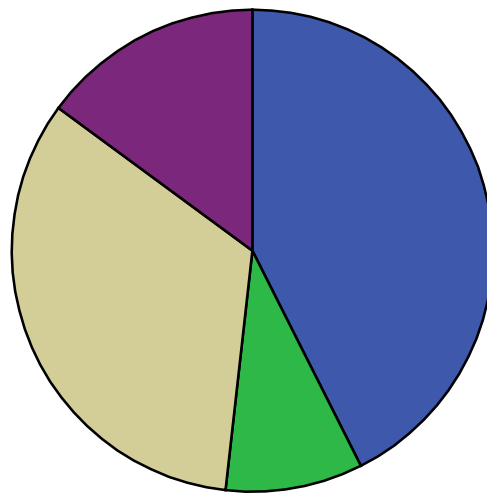
Ogólne warunki prowadzenia działalności gospodarczej w województwie Małopolskim	Liczba	Procent
bardzo dobre	2	1,4
dobre	47	33,3
średnie	76	53,9
niezbyt dobre	14	9,9
złe	2	1,4
Total	141	100,0



Cechy charakterystyczne dla Małopolski które mogą się w najwyższym stopniu przyczynić się do rozwoju przedsiębiorczości	Liczba	Procent
zasoby naturalne	21	14,9
warunki turystyczne	61	43,3
dobrze rozwinięta infrastruktura	56	39,7
inne	3	2,1
Total	141	100,0

Obszary przemysłu/ryнку najlepsze do działania przedsiębiorstw w tym regionie	Liczba	Procent
turystyka	97	68,8
rolnictwo	3	2,1
przetwórstwo rolno-spożywcze	13	9,2
elektronika/informacja	22	15,6
inne	6	4,3
Total	141	100,0

Główne ograniczenia rozwoju przedsiębiorstw w regionie Małopolskim	Liczba	Procent
brak polityki wspierania przedsiębiorczości	60	42,6
niewystarczający dostęp do kredytu lub kapitału	13	9,2
słabo rozwinięta infrastruktura komunikacyjna	47	33,3
dostęp do do uzbrojonych terenów pod inwestycje	21	14,9
Total	141	100,0



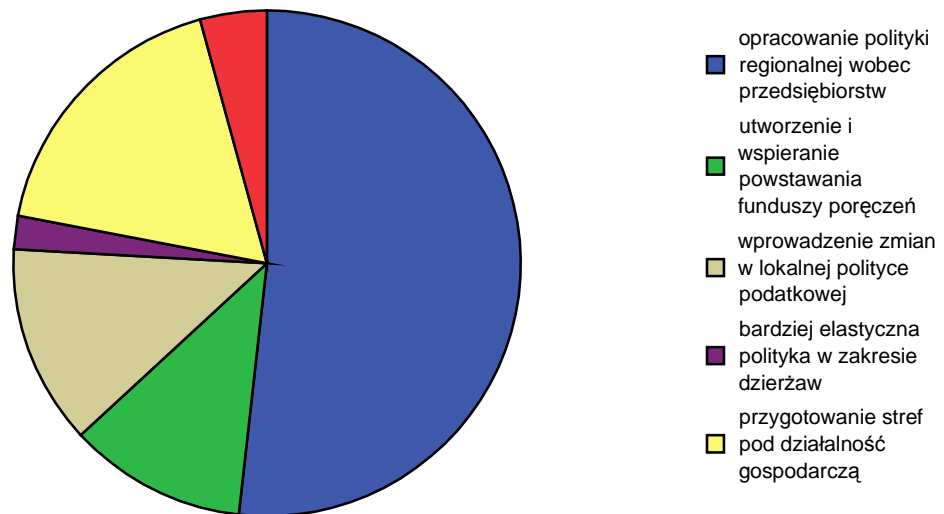
- brak polityki wspierania przedsiębiorczości
- dostęp do kredytu lub kapitału
- słabo rozwinięta infrastruktura komunikacyjna
- dostęp do do uzbrojonych terenów pod inwestycje

Ocena kompetencji kadr gmin i powiatu w obsłudze przedsiębiorców	Liczba	Procent
dobrze	34	24,1
przeciętnie	81	57,4
nisko	18	12,8
bardzo nisko	8	5,7
Total	141	100,0

Ocena sprawności kadr gmin i powiatu w obsłudze przedsiębiorców	Liczba	Procent
bardzo dobrze	1	,7
dobrze	36	25,5
przeciętnie	78	55,3
nisko	18	12,8
bardzo nisko	8	5,7
Total	141	100,0

Ocena skuteczności kadr gmin i powiatu w obsłudze przedsiębiorców	Liczba	Procent
dobrze	25	17,7
przeciętnie	75	53,2
nisko	26	18,4
bardzo nisko	15	10,6
Total	141	100,0

Oczekiwania przedsiębiorców wobec Małopolskich władz samorządowych	Liczba	Procent
opracowanie polityki regionalnej wobec przedsiębiorstw	73	51,8
utworzenie i wspieranie powstawania funduszy poręczeń	16	11,3
wprowadzenie zmian w lokalnej polityce podatkowej	18	12,8
bardziej elastyczna polityka w zakresie dzierżaw	3	2,1
przygotowanie stref pod działalność gospodarczą	25	17,7
planów zagospodarowania terenu pod działalność gospodarczą	6	4,3
Total	141	100,0



Wnioski – odpowiedź na pytanie badawcze nr 4

Jakie szanse i zagrożenia dla rozwoju przedsiębiorczości wynikają z analizy czynników w otoczeniu badanych przedsiębiorstw?

Szanse:

1. Poprawiająca się infrastruktura materialna w wyniku dopływu funduszy strukturalnych.
2. Dobra współpraca z władzami samorządu terytorialnego.
3. Rozwój branży turystycznej oraz komputerowej.

Zagrożenia

1. Potencjalna duża zależność od popytu lokalnego, regionalnego i krajowego.
2. Wzrastająca konkurencja ze strony nie tylko firm z nowych krajów UE ale również tzw. starej UE.
3. Wciąż wysokie obciążenia podatkowe oraz tzw. „parapodatkowe”.
4. Słabość rynku finansowego.
5. Brak efektywnej i wszechstronnej infrastruktury wspierającej działalność firm.

6. Trudności w dostosowaniu się do nowych certyfikatów, standardów i regulacji w Unii Europejskiej.

4.2.Szanse i zagrożenia rozwoju w opinii przedsiębiorców a diagnoza potencjału i otoczenia firm w dokumentach programowych dotyczących rozwoju Małopolski na lata 2007-13

Celem niniejszego punktu określenie spójności szans i zagrożeń rozwoju w opinii przedsiębiorców z diagnozą potencjału i otoczenia działalności gospodarczej zawartą w dokumentach programowych dotyczących rozwoju Małopolski na lata 2007-13. Dokonano analizy spójności dla trzech dokumentów o kluczowym znaczeniu dla polityki wspierania przedsiębiorczości w województwie, tj. Strategii Rozwoju Województwa Małopolskiego (2007-13), Regionalnej Strategii Innowacji (2005-13) oraz Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego (2007-13). Wymienione dokumenty mają charakter komplementarny z punktu widzenia planowania i realizacji polityki wspierania przedsiębiorczości, zawierają bowiem diagnozy i cele na poziomie strategicznym (Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego), taktycznym (Regionalna Strategia Innowacji) oraz operacyjnym (Małopolski Regionalny Program Operacyjny) w analizowanym obszarze.

Porządek analizy opiera się na prezentacji kluczowych elementów diagnozy potencjału firm i otoczenia działalności gospodarczej zawartych w wymienionych dokumentach z diagnozą potencjału i otoczenia wynikającą z badań opinii przedsiębiorców.

Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2007-13

Podstawowe elementy diagnozy potencjału gospodarczego i otoczenia działalności gospodarczej strategii:

1. **Rozwój gospodarczy (wzrost PKB).** Małopolska zaliczana jest do średnio rozwiniętych gospodarczo regionów kraju, wytwarzając 7,4% PKB kraju (5 miejsce wśród regionów). Dynamika wzrostu dochodu w 2004 roku w stosunku do roku poprzedniego wynosiła 105,4 i była wyższa od średniej dla kraju

wynoszącej 104,5. Produkt krajowy brutto w przeliczeniu na 1 mieszkańca plasuje region na 9 miejscu w kraju, przy znacznym jednak przestrzennym zróżnicowaniu poziomu PKB wewnątrz regionu.

Wyniki ankiety dotyczące dynamiki obrotów analizowanych firm w latach 2005-6 oraz prognozy dynamiki w 2007 wskazują na tendencje wzrostową, co każe przewidywać kontynuację trendu wskazanego w diagnozie.

2. **Działalność eksportowa** charakteryzuje się wzrostową tendencją w latach 2000-2004 (wzrost o 2 166,1 mln USD, osiągając poziom 3 669,4 mln USD). Bardziej dynamiczny przyrost eksportu niż importu pozwolił na zredukowanie ujemnego salda wymiany z zagranicą, które zmniejszyło niemal połowę. W latach 2000-2004 średnia roczna dynamika wartości eksportu w Małopolsce wynosiła 25,1%, co plasuje region na piątym miejscu, powyżej średniej krajowej, która wynosiła 22,7%. Liczba partnerów handlowych wzrasta; w 2000 r. było ich 146, a w 2004 r. 162 (w 2002 r. 165).

Wyniki ankiety dotyczące działalności eksportowej wskazują umiarkowany poziom aktywności eksportowej wśród badanych przedsiębiorstw i umiarkowane zainteresowanie przyszłą działalnością w tym zakresie. Wzrost eksportu ogółem może wynikać z aktywności dużych inwestorów wytwarzających produkty i usługi w Małopolsce, a nie z aktywności lokalnych firm prywatnych, które były przedmiotem badania. W tej sytuacji, dla formułowania polityki wspierania przedsiębiorczości w regionie należy wskazać na potrzebę wydzielenia wkładu środowiska prywatnych lokalnych przedsiębiorstw w stosunku do wkładu dużych inwestorów zewnętrznych.

3. **Działalność badawczo-rozwojowa.** W 2004 r. w Małopolsce w działalności badawczej i rozwojowej aktywnych było 88 jednostek, w tym 32 jednostki naukowe i badawczo – rozwojowe, 34 jednostki rozwojowe, 14 szkół wyższych. Zatrudniały łącznie nieco ponad 17 tys. osób, w tym ponad 1 265 z tytułem naukowym profesora. W przeliczeniu na mieszkańca nakłady na BiR w Małopolsce w 2004 r. były drugie co wielkości wśród województw w kraju i w stosunku do 2000 r. wyraźnie wzrosły, przy średnim spadku w skali kraju (w 2000 r. w Małopolsce – 136 zł, średnia krajowa – 124 zł).

Wyniki ankiety wskazują, iż znaczny potencjał badawczo-rozwojowy przedstawiony w diagnozie nie jest rozpoznawalny dla przedsiębiorców poszukujących nowych rozwiązań w swoich dziedzinach. Wskazuje to na potrzebę przyjęcia mierników potencjału aplikacyjnego istniejących placówek, a następnie określenia zdolności placówek do oferowania rozwiązań istotnych z punktu widzenia struktury branżowej małopolskich przedsiębiorstw o charakterze MSP, na przykład w oparciu o układy klastrów, tj. geograficznych skupisk przemysłu. Kolejnym krokiem powinna być analiza potrzeb technologicznych i intensywna promocja współpracy między sferą badawczą i przedsiębiorstwami, w oparciu o wyspecjalizowane, nakierowane na potrzeby narzędzia.

4. **Tereny pod inwestycje.** Działek bardzo dużych, wielkości powyżej 50 ha, praktycznie w Małopolsce obecnie nie ma. W Małopolsce jest około 35 ofert działek w przedziale 10 – 40 ha, głównie w zachodniej części województwa (Oświęcim, Chrzanów, Bukowno, Trzebinia, Wolbrom), a także wzdłuż głównej osi komunikacyjnej regionu – drogi nr 4 (Kłaj, Bochnia, Brzesko, Tarnów). Większość inwestorów poszukuje działek mniejszych, poniżej 10 ha. Takich nieruchomości przeznaczonych dla inwestorów znajduje się w ofertach promowanych przez małopolskie samorządy około 110. Do tej grupy należą niemal wszystkie oferty przeznaczone dla inwestycji związanych z wypoczynkiem, sportem i turystyką oraz większość działek przeznaczonych pod handel i usługi. Oferty terenów inwestycyjnych pochodzą z 54 spośród 182 gmin województwa małopolskiego (29,5%). Spośród tych 54 gmin 18 posiada tylko jedną ofertę, zazwyczaj niewielką. Oznacza to, że aktywną politykę pozyskiwania inwestorów prowadzi w Małopolsce nie więcej niż 40 gmin. Zgodnie z informacjami z Regionalnego Centrum Obsługi Inwestora w MARR, w przygotowywaniu i promowaniu ofert inwestycyjnych aktywnych jest tylko ok. 30 gmin województwa.

Wyniki ankiety nie raportują potrzeb związanych z lokalizacją jako ograniczających rozwój analizowanych firm. Rozmiar operacji przez nie prowadzonych nie wymaga terenów rozległych, jak w przypadku dużych przedsiębiorstw. Ponadto, polityka rozwoju przestrzeni inwestycyjnych istotna jest głównie z punktu widzenia przyciągania

inwestycji zewnętrznych, a nie lokalnych przedsiębiorstw, bazujących głównie na terenach będących własnością rodziny właściciela. Większe znaczenie niż sama dostępność powierzchni ma jakość terenu (infrastruktura telekomunikacyjna i transportowa, media, dostępność rynku zbytu).

5. **Informatyzacja i rozwój społeczeństwa obywatelskiego.** Województwo Małopolskie jest jednym z liderów w Polsce w dziedzinie informatyzacji i rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Pierwsze w kraju podjęło misję utworzenia regionalnego portalu internetowego, który integruje systemy informatyczne instytucji i urzędów administracji publicznej oraz umożliwia obywatelom komunikację z urzędami, w tym załatwianie spraw przez Internet.

Wyniki ankiety potwierdzają korzystanie z informatyzacji i komputeryzacji w pracach biurowych, jednak ograniczone wykorzystywanie systemów informacyjnych w procesie wytwarzania produktu czy usługi. Wysoka ocena poziomu informatyzacji w diagnozie jest oparta na danych dotyczących sektora publicznego. Diagnoza nie odwołuje się do stopnia i charakteru użytkowania systemów informacyjnych w procesach operacyjnych, który w grupie lokalnych MSP należy uznać za niewystarczający.

Tabela 6 zawiera podsumowanie rozważań spójności diagnozy potencjału i otoczenia przedsiębiorczości w strategii z opiniami ankietowanych przedsiębiorców.

Tabela 6. Spójność diagnozy potencjału i otoczenia przedsiębiorczości w strategii z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

	Element diagnozy	Spójność diagnoza - wyniki ankiety	Rekomendacje
Potencjał	Dynamika rozwoju gospodarczego	Występuje spójność pozytywnej oceny diagnozy z pozytywnymi wynikami oraz prognozami rozwoju firm	
	Informatyzacja i rozwój społeczeństwa obywatelskiego	Wysoka ocena w diagnozie uwzględnia aktywność władz publicznych w tej dziedzinie, nie zaś przedsiębiorstw	Włączenie do diagnozy poziomu i rodzaju informatyzacji w działalności gospodarczej
Otoczenie	Działalność eksportowa	Obserwowana w badanej próbie ograniczona aktywność eksportowa i jej planowanie w relacji do ponadprzeciętnej aktywności regionu ogółem	Aktywność lokalnych przedsiębiorstw z grupy MSP powinna być zanalizowana odrębnie wobec aktywności dużych inwestorów i ich wkładu w eksport i określona jako wymagająca wzmocnienia
	Działalność badawczo-rozwojowa	Znaczny potencjał instytucji zidentyfikowany w diagnozie nie jest rozpoznawalny dla przedsiębiorców	Wskazanie możliwości aplikacyjnych placówek badawczych w zestawieniu z zapotrzebowaniem technologicznym branż w regionie

	Tereny pod inwestycje	Ograniczone możliwości dla dużych inwestycji i ograniczona aktywność samorządu w oferowaniu terenów zidentyfikowane w strategii nie stanowią bariery w ocenie przedsiębiorców; jest nią raczej jakość terenów	Aspekt dostępności powierzchni dla gospodarowania powinien być analizowany łącznie z aspektem jakości terenów (infrastruktura telekomunikacyjno-transportowa)
--	-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Źródło: opracowanie własne

Regionalna Strategia Innowacji (RIS) na lata 2005-13

Regionalna Strategia Innowacji uwzględnia w diagnozie specyfikę sektora MSP, opierając się na badaniu ankietowym popytu firm na innowacje, realizowanym w grupie przedsiębiorstw małych i średnich w 2003 r. RIS koncentruje się na diagnozie poziomu innowacyjności rozumianej jako nowe pomysły (produkty, procesy produkcyjne, materiały, organizacja, sposób prowadzenia biznesu, cechy jakościowe, usługi dla klientów, rynki zbytu), tworzące dodatkową wartość ekonomiczną.

Podstawowe elementy diagnozy RIS:

1. **Struktura przemysłowa województwa.** W strukturze przemysłowej województwa dominują sektory dojrzałe, jednak z tendencją do zmian w kierunku sektorów wzrostowych komputerowego, telekomunikacyjnego, farmaceutycznego. Pod względem udziału w tworzeniu wartości dodanej brutto regionu najważniejszą rolę odgrywa sektor usług (57,6%), wkład przemysłu to około 25%, budownictwa 8%. Wytwarzanie systemów komputerowych i mikrokomputerowych daje ponad 87% produkcji krajowej. Szczególnie wysoki udział mają podmioty wytwarzające tkaniny bawełniane na koszule i bluzki (83,6% udziału w produkcji krajowej w roku 2003), druty i przewody izolowane (74,6%), maszyny cyfrowe do automatycznego przetwarzania danych z jednostkami wejścia i wyjścia, komputery stacjonarne, komputery przenośne (27,4%), tworzywa sztuczne polimeryzacyjne (18,4%) obuwie z wierzchami wykonanymi ze skóry (16,2%). Województwo odgrywa ważną rolę jako krajowy producent surowców budowlanych i wyrobów dla sektora budowlanego (około 15% produkcji krajowej).

Prezentowane badanie potrzeb innowacyjnych MSP, które jest podstawą diagnozy nie odzwierciedla w swojej strukturze branżowej przedstawionej powyżej sektorowej

specjalizacji Małopolski, nie odnosi się też do pytania, jaki jest udział przedsiębiorstw z grupy MSP w sprzedaży tych sektorów. Ponowić należy rekomendację oddzielania wkładu lokalnych MSP od wkładu firm dużych oraz inwestorów zagranicznych.

2. **Działalność innowacyjna** nie jest satysfakcjonująca. 62% firm wprowadziło w ostatnim roku usprawnienia organizacyjne, a 52,7% w ostatnich trzech latach wzbogaciło swój asortyment produktów lub usług. Ponad 42% starało się także wprowadzać nowe lub ulepszone technologie. Mało firm (15,6%) prowadzi badania związane z innowacjami i rozwojem. 44,7% przedsiębiorstw odpowiedziało, że nowe technologie w firmie są zakupywane, 40,5% że technologie te powstają w firmie w oparciu o własny personel, natomiast 8% firm pozyskuje nowe technologie w wyniku współpracy z jednostką badawczo-rozwojową. Zaledwie niecałe 23 % analizowanych przedsiębiorstw współpracuje z uczelnią wyższą, ponad 80% nie współpracuje z jednostkami B+R. Za najistotniejsze problemy we współpracy z JBR-ami uznano: wysokie koszty współpracy, dużą biurokrację, tajemnice handlowe firmy, brak znajomości wymagań rynkowych, słaby przepływ informacji, brak informacji o możliwości współpracy, małą mobilność jednostek badawczych, teoretyczne podejście jednostek badawczych do zgłaszanych przez przedsiębiorców problemów.

Wyniki ankiety wskazują na bardziej pozytywny obraz innowacyjności, gdyż innowacje produktowe (najbardziej radykalne, bo angażujące zazwyczaj jednocześnie innowacje technologiczne, rynkowe i organizacyjne) dominują w przedsięwzięciach zrealizowanych i planowanych przez respondentów. Występuje zbieżność niskiej oceny aktywności w korzystaniu ze wsparcia JBR i uczelni wyższych, jednak poziom tej współpracy jest w naszym badaniu niższy, niż w badaniu będącym podstawą dla diagnozy RIS.

3. **Technologie informacyjne** w tylko 20% małopolskich przedsiębiorstwach wykorzystywane są przez ponad połowę pracowników.

Wyniki ankiety wskazują, jak już zaznaczano, na wykorzystywanie technologii informacyjnych w pracy biurowej, jednak ograniczone ich wykorzystywanie w procesach operacyjnych. Wyniki naszego badania poszerzają analizę o rodzaj

stosowanych technologii, są bardziej pozytywne jeśli chodzi o upowszechnienie stosowania tych technologii, jednak raportują potrzebę ich bardziej zaawansowanego wykorzystania, tj. dla polepszenia jakości operacji firmy, a nie tylko działalności o charakterze administracyjnym.

4. **Instrumenty wspierania MSP** o najistotniejszym znaczeniu, to w opinii przedsiębiorców wsparcie finansowe nowych inwestycji, udzielanie gwarancji w celu uzyskania pożyczek bankowych, tworzenie infrastruktury informatycznej i komunikacyjnej. Natomiast najniżej oceniają oni takie instrumenty jak: tworzenie ram organizacyjnych współpracy pomiędzy firmami, procedury normalizacyjne i przyznawanie certyfikatów oraz tworzenie parków technologicznych.

Wyniki ankiety potwierdzają takie opinie przedsiębiorców. Podobnie niska jest ocena potrzeby kształtowania kooperacyjnej struktury dla działalności, a podobnie wysoka ocena dotyczy bezpośredniego wsparcia finansowego.

5. **Potencjał instytucji i firm zajmujących się komercyjnie transferem technologii i innowacji** szacuje się na kilkanaście podmiotów. Nasila się proces penetracji regionu przez zagraniczne firmy inżyniersko-konsultingowe nastawione w pierwszym rzędzie na udział w pozyskiwaniu funduszy na innowacje zarówno z Unii Europejskiej, jak i z funduszy krajowych. Należy oczekiwać, że ich udział w rynku usług innowacyjnych będzie się zwiększać.

Wyniki ankiety nie potwierdzają świadomości ani też intensywnego korzystania z tych usługodawców. Może to mieć związek z ich usytuowaniem w większych ośrodkach miejskich, zwłaszcza w ośrodku krakowskim, i niedocieraniem z ofertą do miejsc poza dużymi aglomeracjami, lub też kierowaniem oferty do firm o większych rozmiarach, które stać na zakup tych usług.

6. **Potencjał instytucji „non profit” powołanych statutowo do wspierania innowacji.** Małopolska należy do województw posiadających bardzo dużą liczbę instytucji zajmujących się rozwojem i wspieraniem przedsiębiorczości. Instytucje te prezentują bogatą, częściowo uzupełniającą się, a częściowo dublującą ofertę dla

klientów. Większość tych instytucji bierze udział w promowaniu i transferze innowacji.

Wyniki ankiety nie potwierdzają korzystania z tego potencjału przez badanych przedsiębiorców.

7. **Źródła informacji na temat nowych rozwiązań** to: 61,6% – targi, seminaria i konferencje, 18,99% – jednostki badawczo-rozwojowe, 15,61% centra transferu technologii i uczelnie wyższe.

Wyniki ankiety są zbieżne z diagnozą przedstawioną w RIS.

Tabela 7 prezentuje podsumowanie analizy spójności diagnozy potencjału i otoczenia w RIS z opiniami przedsiębiorców zawartymi w ankiecie.

Tabela 7. Spójność diagnozy potencjału i otoczenia w RIS z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

	Element diagnozy	Spójność diagnoza-wyniki ankiety	Rekomendacje
Potencjał	Działalność innowacyjna	Występuje bardziej pozytywna diagnoza w wynikach ankiety, w zakresie innowacyjności produktowej	
Otoczenie	Technologie informacyjne	Wyniki ankiety wskazują na wysoki stopień zastosowania IT w pracy biurowej, jednak niski w działalności operacyjnej	Wdrażanie IT w obszarze operacji firmy
	Potencjał instytucji transferu technologii	Nie jest rozpoznawany w badanej grupie mimo pozytywnej oceny w diagnozie	Zwiększenie stopnia penetracji rynku, poza aglomeracje
	Potencjał instytucji non-profit	W diagnozie RIS – rozbudowana struktura, w wynikach ankiety – niski stopień wykorzystywania tych instytucji	Wzrost aktywności instytucji non-profit w docieraniu do przedsiębiorcy
	Instrumenty wspierania MSP	Zbieżność wniosków	Zwiększyć promocję instrumentów związanych z transferem wiedzy i technologii
	Źródła informacji o innowacjach	Zbieżność wniosków	Zwiększyć udział JBR i uczelni w grupie źródeł informacji

Źródło: opracowanie własne

Małopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-13

Małopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-13 posługuje się bardziej szczegółową diagnozą potencjału i otoczenia przedsiębiorczości, wskazując na silne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w tej dziedzinie.

Wśród **silnych stron sektora** przedsiębiorstw wymienia się następujące cechy:

1. Silne przedsiębiorstwa sektora IT

Wyniki ankiety nie pozwalają się odnieść do tego czynnika, gdyż reprezentacja tego sektora wśród respondentów jest ograniczona.

2. Wysoka innowacyjność małopolskich MSP w 2004 roku (4-te miejsce pod tym względem wśród województw)

Wyniki ankiety potwierdzają wysoką innowacyjność, zwłaszcza w dziedzinie rozwoju produktu bądź usługi.

3. Branżowe wyspecjalizowanie się MSP na obszarze niektórych powiatów, a mianowicie:

- tatrzańskiego – usługi związane z turystyką i produkcją pamiątkarską,
- suskiego – działalność produkcyjna (obróbka drewna),
- wadowickiego – działalność produkcyjna (produkcja mebli, obuwia, wędlin),
- nowosądeckiego, limanowskiego, brzeskiego, myślenickiego – budownictwo.

Wyniki ankiety wskazują na skupiska przemysłu transportowego i napraw.

Wśród **słabych stron** wymieniono:

- 1. Mały rozmiar firmy.** Małopolskie firmy to głównie małe, lokalne podmioty gospodarcze, 94,8% stanowią firmy zatrudniające do 9 osób. Jedynie 4,2% firm zatrudnia od 10 do 50 pracowników, a 0,1% powyżej 250.

Wyniki ankiety potwierdzają słaby potencjał mierzony rozmiarem firmy.

2. Niski poziom inwestycji, eksportu i dynamiki sprzedaży w MSP

Wyniki ankiety potwierdzają niewystarczającą aktywność eksportową, jakkolwiek wskazują na wysoką innowacyjność w dziedzinie produktu/usługi, która wymaga zazwyczaj znacznych inwestycji.

3. Słaby popyt przedsiębiorstw na prace badawczo-rozwojowe

Wyniki ankiety wskazują raczej na barierę w postaci nieznanomości źródeł informacji na temat prac badawczo-rozwojowych, niż na brak popytu w tej dziedzinie.

Do **szans** zaliczono takie czynniki jak:

1. Młode i dobrze wykształcone społeczeństwo

Wyniki ankiety określają poziom wykształcenia jako silną stronę przedsiębiorców.

2. Duża liczba organizacji pozarządowych

Wyniki ankiety pozwalają stwierdzić, iż respondenci mają ograniczone kontakty z organizacjami pozarządowymi.

3. Największy **potencjał** i największa wśród regionów niościelcznych **dynamika w zakresie nakładów i zatrudnienia w działalności badawczej i rozwojowej Polsce. Rozwinięte zaplecze naukowo-badawcze w regionie.**

Wyniki ankiety nie wskazują na korzystanie przedsiębiorców z tego potencjału i na świadomość jego istnienia.

4. Aktywne instytucje otoczenia biznesu

Wyniki ankiety zwracają uwagę na dość sporadyczne korzystanie ze wsparcia instytucji otoczenia przez respondentów.

5. **Znaczna podaż zasobów pracy** w perspektywie średnioterminowej

Wyniki ankiety wskazują na występowanie barier rozwoju, które wynikałyby z niskiej podaży zasobów pracy w odniesieniu do specjalistów oraz nisko i średnio kwalifikowanych pracowników.

6. **Wzrost świadomości w zakresie konieczności pogłębiania wiedzy** i podnoszenia kwalifikacji zawodowych

Wyniki ankiety pozwalają na określenie tego zainteresowania jako dość wysokie.

7. **Rozwój instytucji szkoleniowych** oraz innych jednostek wspierających rynek pracy

Wyniki ankiety nie wskazują na wiedzę przedsiębiorców o aktywności tych organizacji.

Do **zagrożeń** zaliczono takie czynniki jak:

1. **Niewystarczająca elastyczność zasobów pracy w regionie w dostosowywaniu się do wymagań rynku**

Wyniki ankiety nie wskazują na postrzeganie przez przedsiębiorców tego rodzaju bariery.

2. **Brak dużych, zwartych i wyposażonych w media terenów inwestycyjnych**

Wyniki ankiety, pozwalają nie traktować tego faktu jako bariery ograniczającej rozwój ankietowanych MSP.

3. **Brak rynkowego powiązania działalności badawczo-rozwojowej w jednostkach publicznych**

Wyniki ankiety potwierdzają to spostrzeżenie.

4. **Niska jakość sieci komunikacyjnej** i słaba dostępność komunikacyjna południowej części województwa

Wyniki ankiety każą ten czynnik traktować jako barierę rozwoju.

Tabela 8 prezentuje podsumowanie analizy spójności diagnozy potencjału i otoczenia przedsiębiorczości w MRPO z opiniami ankietowanych przedsiębiorców.

Tabela 8. Spójność diagnozy potencjału przedsiębiorczości w MRPO z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

	Element diagnozy	Spójność diagnoza-wyniki ankiety	Rekomendacje
Silne strony	Silny sektor IT	Wśród respondentów ograniczona reprezentacja sektora IT	Identyfikacja skupisk branżowych MSP w tej dziedzinie
	Wysoka innowacyjność MSP	W badanej grupie dominuje innowacja produktowa	
	Branżowa specjalizacja MSP-klastery	Wyraźna obecność branży budowlanej i transportowej w badanej próbie	Należy dostosować ofertę technologiczną i edukacyjną do potrzeb klasterów
Słabe strony	Mały rozmiar firmy	Potwierdzony także w badanej próbie	Potrzeba prowadzenia polityki wspierania wzrostu firm
	Niski poziom inwestycji, eksportu i dynamiki sprzedaży	Firmy ankietowane ponoszą nakłady na wprowadzenie nowego produktu, a zatem inwestują; potwierdzono słabą aktywność eksportową, jednak występuje znaczny procent wskazań na rosnącą dynamikę obrotów.	Potrzeba wspierania eksportu
	Słaby popyt na prace badawczo-rozwojowe	Ankietowani wskazują raczej na brak źródeł informacji w tej dziedzinie niż na brak zainteresowania	Popularyzacja instytucji B+R oraz ich oferty

Źródło: opracowanie własne

Tabela 9. Spójność diagnozy otoczenia w MRPO i wyników ankiety

	Element diagnozy	Spójność diagnoza-wyniki ankiety	Rekomendacje
Szanse	Młode i dobrze wykształcone społeczeństwo	Wysoki poziom wykształcenia respondentów	Rozwój kształcenia ustawicznego dla aktualizacji wiedzy
	Duża liczba organizacji pozarządowych	Ankietowani nie wskazują na wykorzystywanie tego potencjału	Rozwój kontaktów dla lepszego wykorzystania potencjału organizacji pozarządowych
	Znaczna podaż zasobów pracy	Ankietowani nie wskazują na bariery rozwoju w postaci dostępu do kadr	Kształcenie zasobów pracy w dziedzinach istotnych dla gospodarki
	Świadomość konieczności pogłębiania wiedzy i edukacji	Potwierdzona wynikami ankiety	Zwiększyć dostęp do informacji o ofercie
	Rozwój instytucji szkoleniowych	Przedsiębiorcy wykazują niedostatek wiedzy w tym zakresie	Popularyzacja programów edukacyjnych
	Nakłady i potencjał badawczo-rozwojowy	Ankietowani nie wskazują na wykorzystywanie tego potencjału	Rozwój kontaktów między sferą B+R i firmami
Zagrożenia	Niewystarczająca elastyczność pracowników w dostosowywaniu się do wymagań rynku	Brak obaw wśród ankietowanych co do kwalifikacji pracowników	Rozwój możliwości przekwalifikowania
	Brak dużych terenów inwestycyjnych	Czynnik nie jest postrzegany jako zagrożenie	
	Brak powiązań między sferą B+R i rynkiem	Spostrzeżenie potwierdzone	Rozwój kontaktów między sferą B+R i firmami
	Niska jakość infrastruktury komunikacyjnej	Czynnik postrzegany jako bariera rozwoju	Inwestycje infrastrukturalne

Źródło: opracowanie własne

Wnioski - odpowiedź na pytanie badawcze nr 5:

Czy występuje spójność postrzeganych przez przedsiębiorców szans i zagrożeń z diagnozą potencjału i otoczenia przedsiębiorczości zawartą w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?

1. Porównanie diagnoz dokumentów programowych i diagnozy wynikającej z mniejszego badania, wykazuje zarówno spostrzeżenia zbieżne jak i odrębność ocen.
2. Przypadki, w których występowała ograniczona spójność ocen wynikały m. in. z niewystarczającego uwzględniania specyfiki wkładu, potencjału i potrzeb lokalnych firm prywatnych.
3. Rekomenduje się zatem wyodrębnianie specyfiki sektorowej i specyfiki wkładu lokalnych MSP do gospodarki regionu, dla ukierunkowywania narzędzi polityki

wspierania w tym zakresie. Siłę regionu budują łącznie inwestycje dużych firm, w tym o charakterze ponadnarodowym, jak i lokalnych MSP. Odrębna polityka wobec MSP jest niezbędna dla oparcia wzrostu na wewnętrznych, własnych zasobach regionu, w sytuacji swobodnych wyborów lokalizacyjnych i przemieszczania operacji przez duże firmy. Właściwie zaprojektowana polityka winna się opierać na odrębnej diagnozie potencjału i otoczenia tej grupy przedsiębiorstw w relacji do firm dużych.

4. Drugą istotną przesłanką różnic w diagnozach, związanych zwłaszcza z jakością otoczenia instytucjonalnego i potrzeb jego kształtowania, jest charakteryzowanie go z punktu widzenia liczby i zasobów, tj. potencjału, a nie z punktu widzenia poziomu jego wykorzystania. Wiele elementów otoczenia instytucjonalnego, w tym związanego z transferem innowacji i wsparciem doradczo-szkoleniowym, jest słabo rozpoznawanych przez przedsiębiorców. Rekomenduje się zatem zwiększenie aktywności w docieraniu do firm ze strony tych instytucji oferujących to wsparcie.

4.3. Czynniki rozwoju w opinii przedsiębiorców a obszary i instrumenty wsparcia dla firm w dokumentach programowych dotyczących rozwoju Małopolski na lata 2007-13

Celem niniejszego punktu raportu jest określenie spójności postrzeganych przez przedsiębiorców potrzeb w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu z obszarami i instrumentami wspierania firm wynikającymi z dokumentów programowych na lata 2007-13. Podobnie jak w punkcie zawierającym analizę spójności w zakresie diagnozy otoczenia i potencjału, odniesiemy się do obszarów i instrumentów wsparcia wynikających z trzech dokumentów programowych w postaci Strategii Rozwoju Województwa a lata 2007-13, Regionalnej Strategii Innowacji na lata 2005-13 oraz Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-13.

Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2007-13 wyznacza trzy strategiczne cele, na podstawie których sformułowano obszary polityki rozwoju, a mianowicie:

CEL STRATEGICZNY I: WZMOCNIENIE KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARCZEJ WOJEWÓDZTWA

Obszary polityki rozwoju:

1. Społeczeństwo wiedzy i aktywności – lepiej wykształceni, twórczy i przedsiębiorczy mieszkańcy
2. Gospodarka regionalnej szansy – konkurencyjna, otwarta i innowacyjna gospodarka,
3. Infrastruktura dla rozwoju regionalnego – nowoczesna i sprawna, sprzyjająca rozwojowi społeczno-gospodarczemu infrastruktura,
4. Krakowski Obszar Metropolitalny – rozwój Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego jako europolii.

CEL STRATEGICZNY II: STWORZENIE WARUNKÓW DLA WSZECHSTRONNEGO ROZWOJU SPOŁECZNEGO I WYSOKIEJ JAKOŚCI ŻYCIA

Obszary polityki rozwoju:

5. Spójność wewnątrzregionalna
6. Ochrona środowiska
7. Dziedzictwo i przestrzeń regionalna

CEL STRATEGICZNY III: WZMOCNIENIE POTENCJAŁU INSTYTUCJONALNEGO WOJEWÓDZTWA

8. Współpraca terytorialna
9. Nowoczesne zarządzanie publiczne

Najbardziej bezpośrednio powiązany ze wsparciem przedsiębiorczości jest cel wzmocnienia konkurencyjności gospodarczej województwa. Jego obszary wyznaczają istotne kierunki polityki wsparcia, które są generalnie spójne z podstawowymi grupami potrzeb wynikającymi z ankiety. Ze względu na naturę dokumentu, tj. jego strategiczny, kierunkowy charakter, nie określa się tutaj instrumentów wsparcia.

Instrumenty te, w dziedzinie podnoszenia innowacyjności, zaproponowane są w **Regionalnej Strategii Innowacji 2005-13 (RIS)**, która bazuje na celach strategicznych i obszarach wyróżnionych w strategii rozwoju. Jako istotę Regionalnej Strategii Innowacji wskazano wzmocnianie współpracy przedsiębiorstw (w szczególności MSP), placówek naukowych, jednostek badawczo-rozwojowych, administracji i firm otoczenia

biznesu wokół wspólnego planowania rozwoju regionu oraz wytyczania strategicznych celów dla tego rozwoju. Instrumentem realizacji tego podstawowego celu powinno być tworzenie sieci współpracy, w tym klasterów, opartych na formalnych porozumieniach w postaci umów między partnerami. Stymulowanie powiązań sieciowych ma sprzyjać **transferowi technologii**, rozumianemu jako

celowe, ukierunkowane przekazywanie wiedzy i umiejętności do działalności gospodarczej (procesu produkcyjnego), celem udanego urynkowania powstałego produktu. Zakłada się, że określone w RIS cele realizowane będą poprzez projekty, formułowane i wdrażane w firmach. Wskazuje się na potrzebę współpracy sfery nauki, przedsiębiorstw przemysłowych i instytucji otoczenia biznesu. Instytucjonalną formą ich współpracy powinny być parki technologiczne i przemysłowe.

Wyznaczono trzy cele strategiczne (odpowiadające w znacznym stopniu wyróżnionym w rozdziale I obszarom wsparcia), dla realizacji których określono cele taktyczne i zadania oparte na odpowiednich instrumentach.

Cel strategiczny (obszar) 1: Podniesienie poziomu innowacyjności firm w województwie

Cel taktyczny	Zwiększenie oferty finansowania innowacji	Zwiększenie udziału firm i instytucji badawczych w programach międzynarodowych	Rozwój infrastruktury dla nowoczesnych technologii i usług	Pogłębienie współpracy uczelnia/firmy
Instrumenty	Instrumenty mają charakter instytucji (np. fundusz venture capital) i baz danych wiedzy na temat przedsięwzięć innowacyjnych, jako podstawy budowania sieci współpracy, w tym międzynarodowej. Instrumenty kierowane zarówno do firm, jak i instytucji transferu wiedzy.			

Wyniki ankiety: firmy wskazują na planowanie przedsięwzięć innowacyjnych, dla których barierą jest finansowanie i brak wiedzy o źródłach nowych technologii, stąd należy uznać spójność między obszarem i instrumentami w tej dziedzinie oraz oczekiwaniami firm.

Cel strategiczny (obszar) 2: Wzmocnienie kontaktów sieciowych instytucji związanych z innowacyjnością regionu i lepsze wykorzystanie ich potencjału.

Cel taktyczny	Rozbudowa sieci współpracy uczelni Małopolski w kraju i za granicą	Uporządkowanie i uelastycznienie systemu doradztwa i szkoleń w zakresie technologii	Wzmocnienie instytucji wspierających innowacyjność
Instrumenty	Instrumenty koncentrują się na rozwiązaniach instytucjonalnych (np. Ośrodek Informacji, Doradztwa i Szkoleń), tworzeniu baz danych wiedzy, rozwoju infrastruktury oraz ochrony własności intelektualnej. Instrumenty nie wskazują bezpośrednio na stymulację aktywnego nawiązywania współpracy z przedsiębiorcami przez instytucje transferu wiedzy. Są nakierowane głównie na wzmocnianie instytucji transferu – rozwój potencjału tych instytucji, lecz bez stymulacji dzielenia się tym potencjałem.		

Wyniki ankiety i rekomendacje: Przedsiębiorcy nie postrzegają współpracy jako ważnego celu w zakresie rozwoju, co jednak nie oznacza braku uzasadnienia rozwoju sieci. Współpraca i powiązania sieciowe powinny być jednak raczej przedstawiane nie jako osobny cel, ale instrument, środek do osiągnięcia wzrostu innowacyjności, poprzez efektywniejsze jej generowanie w grupie /łączenie zasobów/. Przedsiębiorcy zainteresowani są poszukiwaniem rozwiązań innowacyjnych specyficznych dla swojej dziedziny. Innowacje mają charakter specjalistyczny i zawsze łączą się ze specjalistyczną wiedzą. Brak tutaj mechanizmów wsparcia ukierunkowanego, tj. np. stymulowania podaży specjalistycznej wiedzy dla zidentyfikowanych w regionie klasterów. W tym podejściu spotykałyby się innowacyjność jako generowanie nowych rozwiązań produktowych, technologicznych i organizacyjnych oraz sieci współpracy, jako instrument generowania innowacji. Instrumenty powinny być nie tylko nakierowane na wzmocnianie instytucji transferu wiedzy, ale także na stymulowanie ich powiązań z firmami już na etapie budowania i rozwoju tych instytucji (każdy nowa inwestycja w instytucji jako projekt z udziałem firm).

Cel strategiczny (obszar) 3: Wzrost znaczenia innowacyjności w polityce regionalnej i systemie kształcenia

Cel taktyczny	Utworzenie systemu pozyskiwania danych na temat innowacyjności w województwie	Promocja tematyki innowacyjności wewnątrz regionu	Promocja zewnętrzna Małopolski jako regionu innowacyjnego
Instrumenty	Instrumenty koncentrujące się na działaniach promocyjnych i tworzeniu baz wiedzy na temat innowacyjności. Nie uwzględniono instrumentarium wzrostu znaczenia innowacyjności w procesie kształcenia.		

Wyniki ankiety i rekomendacje: Przedsiębiorcy mają świadomość potrzeby innowacji. Racjonalne jest upowszechnianie tej potrzeby w społeczeństwie. Silniejszy akcent i odpowiednie instrumentarium powinny być przeznaczone na innowacyjność promowaną w systemie kształcenia. Ważne byłoby wskazanie sposobów

ukierunkowywania kształcenia na potrzeby określonych geograficznych skupisk branżowych (klasterów).

Małopolski Regionalny Program Operacyjny 2007-13 (MRPO)

MRPO przekłada strategiczne cele rozwoju na cele operacyjne i instrumenty ich realizacji. Szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorczości są priorytety:

- Gospodarka regionalnej szansy
- Turystyka i przemysł kulturowy oraz
- Infrastruktura dla rozwoju gospodarczego

W strukturze programu, priorytety rozwijany są poprzez „działania”, które stanowią podstawowe obszary wsparcia oraz „schematy” oznaczające konkretne instrumenty realizacji oferowane przedsiębiorcom i organizacjom otoczenia jako składającym projekty.

Priorytet 2 – Gospodarka regionalnej szansy

Działanie – obszar wsparcia	Schemat – instrument realizacji
2.1. Rozwój i podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstw	A. Bezpośrednie wsparcie inwestycji w MSP
	B. Wspólne przedsięwzięcia i powiązania kooperacyjne (w tym tworzenie klasterów)
	C. Dotacje dla instytucji otoczenia biznesu
	D. Wsparcie funduszy zwrotnych przeznaczonych dla przedsiębiorstw
2.2. Wsparcie komercjalizacji badań naukowych	A. Projekty badawcze
	B. Projekty inwestycyjne przedsiębiorstw z zakresu B+R

Wyniki ankiety: zgodność z wynikami ankiety, zwłaszcza w obszarze komercjalizacji badań. Właściwe jest potraktowanie powiązań kooperacyjnych jako instrumentu konkurencyjności, a nie osobnego celu.

Priorytet 3 – Turystyka i przemysł kulturowy

Działanie – obszar wsparcia	Schemat – instrument realizacji
3.1. Rozwój infrastruktury turystycznej	A. Budowa regionalnego systemu informacji turystycznej
	B. Inwestycje w obiekty i infrastrukturę uzdrowiskową
	C. Rozwój produktów i oferty turystycznej
	D. Inwestycje w poprawę bazy noclegowej i przystosowanie obiektów zabytkowych do turystyki

Wyniki ankiety: wskazują bezpośrednio na znaczenie tego czynnika w rozwoju i dla znaczącej grupy przedsiębiorstw turystycznych, walorów inwestycyjnych regionu (jakość środowiska dla przyciągnięcia inwestycji zewnętrznych) ma on istotne znaczenie.

Priorytet 4 - Infrastruktura dla rozwoju gospodarczego

Działanie – obszar wsparcia	Schemat – instrument realizacji
4.3. Tworzenie i rozwój stref aktywności gospodarczej	A. Strefy aktywności o powierzchni 2-20 ha
	B. Strefy aktywności o powierzchni powyżej 20 ha

Wyniki ankiety: strefy są istotne dla przyciągania zewnętrznych inwestycji i powstawania nowych firm. Z tego punktu widzenia nie stanowią bezpośredniego przedmiotu zainteresowania lokalnych przedsiębiorców. Są one jednak istotne dla budowy powiązań sieciowych i klastrowych.

Wnioski - odpowiedź na pytanie badawcze nr 6:

Czy postrzegane przez przedsiębiorców potrzeby w zakresie rozwoju potencjału i poprawy jakości otoczenia biznesu spójne są z obszarami i instrumentami wspierania firm w programowych dokumentach dotyczących rozwoju województwa małopolskiego w okresie 2007-2013?

1. Należy wskazać, generalną zgodność potrzeb przedsiębiorców wyrażonych w badaniu i zakładanych obszarów i instrumentów wsparcia.
2. Część obszarów i instrumentów wsparcia nie jest przez przedsiębiorców wskazywana jako istotny czynnik rozwoju. Jednak są one zgodne z badaniami nad konkurencyjnością gospodarek rozwiniętych. Występuje zatem luka między założeniami programów i rozumieniem potrzeb przez firmy. Oferowanie wsparcia w przypadku MSP powinno być w tej sytuacji jednocześnie z uświadamianiem jego potrzeby i celu.
3. Proponuje się dalszy rozwój systemu informacji i doradztwa oraz mentoringu dla propagowania założeń polityki konkurencyjności i istoty proponowanych projektów ze środków unijnych. Zaleca się, aby istota i cele programów pomocowych były szerzej objaśniane przykładami dobrej praktyki. Obecnie bowiem w akcji informacyjnej przeważa prezentacja wymagań formalnych związanych ze

składaniem wniosku nad wyjaśnianiem znaczenia celów programów (pisanych ciągle zbyt technicznym językiem) i realnych korzyści z ich osiągnięcia.

4. Szczególną uwagę należy zwrócić na akcentowanie współpracy i sieciowych powiązań w dokumentach programowych, gdzie kooperacja bywa traktowana zarówno jako instrument, jak i cel w dziedzinie poprawy konkurencyjności. Promowanie kooperacji jest zgodne z przytaczanymi w rozdziale I badaniami empirycznymi na temat źródeł konkurencyjności klastrów. Zgodnie z niniejszym badaniem, a także badaniem na którym opiera się np. diagnoza RIS oraz badaniami skłonności przedsiębiorców do podejmowania współpracy, kooperacja nie jest przez właścicieli firm traktowana jako istotny czynnik ich konkurencyjności i rozwoju. Może to być tłumaczone indywidualizmem polskich przedsiębiorców. Z drugiej jednak strony, przyczyną może być brak wyjaśnienia celowości podejmowania współpracy. Zaleca się, aby sieciowe powiązania traktowane były raczej jako instrument (np. dla wprowadzania innowacji) niż cel polityki konkurencyjności. To ostatnie podejście grozi bowiem przewagą formy nad treścią i podpisywaniem umów o współpracy dla absorpcji funduszy, a nie dla realizacji celów rozwojowych firmy.

Rozdział V

Rekomendacje związane z kształtowaniem polityki wspierania przedsiębiorczości w województwie małopolskim

Celem rozdziału jest sformułowanie rekomendacji związanych z kształtowaniem polityki wspierania przedsiębiorczości w województwie małopolskim i udzielenie odpowiedzi na **pytanie badawcze nr 7:**

Jakie kierunki, obszary i instrumenty wsparcia dla rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim wynikają z analizy badań?

Dla wyznaczenia kierunków, obszarów oraz instrumentów wsparcia, oparto się na wyróżnionych w rezultacie badania słabych stronach firm i zagrożeniach ich rozwoju, wynikających z warunków otoczenia.

Słabe strony przedsiębiorstw:

1. Słaba płynność finansowa ograniczająca rozwój firm przez problemy z uzyskiwaniem należności za sprzedane towary.
2. Problemy z pozyskaniem kapitału na modernizację firmy
3. Niedostatek pracowników o charakterze specjalistów nisko i średnio wykwalifikowanych
4. Silne uzależnienie od rynków i odbiorców lokalnych oraz regionalnych. Pochodną takiego rynku jest wąska baza odbiorców sprawiająca, iż małe i średnie firmy są podatne na zakłócenia w momencie straty jednego lub kilku głównych odbiorców.
5. Niezadawalający poziom innowacyjności parku maszynowego. Jedną z istotnych słabości polskich MSP jest wciąż przestarzały park maszynowy i stare technologie, mogące stanowić istotne zagrożenie w związku z naszą obecnością w Unii Europejskiej. Z badania wynika, że prawie połowa firm miało park maszynowy w wieku od 4 do 10 lat.
6. Umiarkowana aktywność eksportowa MSP. Nierównomierna geograficzna struktura eksportu; niemal połowę ogółu eksporterów stanowiły firmy sprzedające na rynki Unii Europejskiej, natomiast na innych rynkach aktywność jest słaba. Eksport miał charakter bardziej sporadyczny niż regularny.

7. Dominujący charakter powiązań opartych na podwykonawstwie, co uzależniało badane firmy od bardzo wąskiej grupy odbiorców.
8. Oparcie konkurencyjności na przewagach kosztowych i cenowych, które mogą okazać się nietrwałe.
9. Słabość zarządzania i brak dostatecznych umiejętności w zakresie sprzedaży i marketingu, planowania działalności i zarządzania finansowego.

Zagrożenia w otoczeniu

1. Potencjalna duża zależność od popytu lokalnego, regionalnego i krajowego.
2. Wzrastająca konkurencja ze strony nie tylko firm z nowych krajów UE, ale również tzw. starej UE.
3. Wciąż wysokie obciążenia podatkowe oraz tzw. „parapodatkowe”.
4. Słabość rynku finansowego.
5. Brak efektywnej i wszechstronnej infrastruktury doradczej wspierającej działalność firm.
6. Trudności w dostosowaniu się do nowych certyfikatów, standardów i regulacji w UE.

Z analizy słabych stron i zagrożeń wynikają następujące **kierunki wsparcia**:

- **wsparcie bezpośrednie w postaci finansowania** inwestycji i modernizacji firm; dostępu do nisko oprocentowanych kredytów; grantów na rozwój eksportu, doradztwa i szkoleń, w tym związanych z pozyskiwaniem certyfikatów jakości oraz zarządzaniem marketingiem, sprzedażą i planowaniem; zakupu nowych technologii; oraz
- **wsparcie pośrednie** w postaci rozwoju instytucji doradztwa w zakresie zarządzania i transferu technologii, budowania powiązań sieciowych (zwłaszcza ze szkołami wyższymi i instytutami badawczymi nie tylko w procesie wytwarzania, ale przede wszystkim w celu wprowadzania nowych produktów i usług, wspólnego marketingu i zakupów; wsparcie w postaci organizowania wyspecjalizowanych usług szkoleniowych i doradczych dla pozyskiwania certyfikatów; wsparcie w postaci monitoringu potrzeb na rynku pracy i szkoleń umożliwiających przekwalifikowanie i rozwój kwalifikacji w istotnych dla firm dziedzinach; wsparcie w postaci informacji o ofercie instytucji doradczych, szkoleniowych, transferu technologii oraz o dostępnych źródłach finansowania dla MSP.

Z wymienionych wyżej kierunków wynikają następujące **obszary wsparcia i odpowiadające im instrumenty**:

Obszar	Finansowanie	Informacja / doradztwo	Badania i rozwój	Internacjonalizacja Eksport
Instrumenty	Granty lub subsydia	Powszechne źródła informacji (materiały informacyjne, punkty kompleksowej obsługi)	Publiczne centra badań i rozwoju oferujące usługi po cenach niższych niż rynkowe	Informacja (na temat rynków zagranicznych, spedycji, itd.)
	Subsydiowanie pożyczek	Źródła szybkiego dostępu do informacji (internetowe bazy danych)	Fundusze wspierania tworzenia sieci i kooperacji przemysłowej zarządzane przez centra badawcze i uniwersytety	Granty (na projekty związane z eksportem na analizy wykonalności, itd.)
	Gwarantowanie pożyczek	Sieci instytucji doradczych i punktów konsultacyjnych bezpłatnych lub częściowo odpłatnych	Subsydiowanie stanowisk pracy dla pracowników B+R	Subsydiowanie/finansowanie wynagrodzeń (dla personelu zajmującego się obsługą eksportu)
	Gwarancje dla dostawców funduszy venture capital		Gwarancje dla dostawców funduszy venture capital	Szkolenia
	Alternatywny rynek kapitałowy dla całej populacji MSP lub dla MSP w sektorach technologicznie zaawansowanych, inwestujących w B+R		Granty i redukcje podatków z tytułu inwestycji w innowacje oraz B+R	Gwarancje eksportowe dla zagranicznego nabywcy
				Subsydiowane pożyczki

Badanie wskazuje ponadto na następujące **rekomendacje związane z zarządzaniem wsparciem w postaci transferu informacji, wiedzy i technologii** ze środków publicznych, zwłaszcza z funduszy europejskich:

1. Cele i założenia propagowane w programach pomocowych w tej dziedzinie (szkoleń, doradztwa, technologii) wymagają promocji i objaśniania korzyści. **Przekazywanie wsparcia w tej dziedzinie winno być jednocześnie z uświadamianiem potrzeby uzyskania takiego wsparcia.**

2. **Należy rozwijać akcję promocji ofert szkół wyższych oraz instytucji publicznych zajmujących się działalnością szkoleniową, doradczą i transferem technologii**, gdyż przedsiębiorcy wykazują ograniczoną wiedzę na ich temat.
3. **Oferta** wymienionych wyżej instytucji związanych z transferem informacji i wiedzy **powinna być dostosowywana do specjalistycznych potrzeb firm**. Podstawą dla diagnozy takich potrzeb może być badanie silnych i słabych stron **klasterów** – geograficznych skupisk branżowych MSP w regionie.
4. **Należy położyć nacisk na stymulowanie aktywnych form promocji innowacji i nabywania wiedzy**. Pomocna może być sieć bezpłatnych konsultantów (np. Punkty Konsultacyjne Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości), przy stworzeniu mechanizmów umożliwiających odbywanie konsultacji w firmach, telefonicznie i przez Internet, aby rozwinąć więcej szybkich i wygodnych kanałów komunikacji – od najprostszej, internetowej, przez telefoniczną, aż po bezpośrednie konsultacje z wyspecjalizowanym doradcą – w jego biurze lub firmie.
5. Dobrym rozwiązaniem byłby **bezpłatny mentoring, jako usługa ogólnej diagnozy potencjału firmy, uświadomienia jej potrzeb w zakresie technologii i strategii rozwoju**.

Rekomendacje związane z miejscem lokalnych MSP w diagnozach i celach dokumentów programowych:

1. **Diagnoza potencjału organizacji otoczenia biznesu będzie pełniejsza, jeśli wskaże się ich aktywność w relacjach z firmami**, obok stosowanej ewidencji – liczebności oraz charakterystyki zasobów. Potencjał ten jest , jak wynika z opinii przedsiębiorców, niewystarczająco rozpoznawalny i wykorzystywany.
2. **Proponuje się akcentowanie specyfiki branżowej i wkładu lokalnych MSP w gospodarkę województwa**, w odróżnieniu od wkładu dużych przedsiębiorstw, w tym inwestorów zagranicznych.
3. **Wzrost konkurencyjności gospodarki województwa należy rozpatrywać dwutorowo:**
 - **z jednej strony, jako oparty na sektorach wzrostowych i technologicznie zaawansowanych** (komputerowym, oprogramowania, telekomunikacyjnym, czy biotechnologicznym), gdzie istotne są firmy szybko rosnące i przełomowe innowacje; oznacza to podejście oparte na promowaniu sektorów szansy,

sprzyjające restrukturyzacji przemysłu regionu (wycofywanie się z dojrzałych, schyłkowych sektorów);

- **z drugiej strony**, w strukturze MSP dominują niskie technologie i **potrzebne jest podejście zasobowe, w którym wspiera się zmiany nie w skali sektorów, lecz na poziomie przedsiębiorstw**, gdzie potrzebne są modyfikacje produktu i wprowadzanie nowych, penetracja i kreowanie nowych rynków, usprawnienia organizacyjne, itd.

Wnioski i rekomendacje tego opracowania dotyczą w głównej mierze tej drugiej drogi wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw.

LITERATURA:

- Anderson G., *Industry Clustering for Economic Development*, "Economic Development Review" 1994, Spring, s. 26-32
- Buckley R., R. Maurer, *Decentralizacja w Polsce: tworzenie potencjału racjonalnego zarządzania i integracji z Unią Europejską*, opracowanie Banku Światowego, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 7-8, http://www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0007_8/KULESZA.HTM
- Chmiel J., *Małe i średnie przedsiębiorstwa a rozwój regionalny*, GUS, Warszawa 1996
- D. De, *SME Policy in Europe*, [w:] H. Landström (red.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, Malden 2000, s. 89-90
- Dolecki J., *Etyka w zarządzaniu gminą. Zamówienia publiczne*, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 4, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0004/DOLECKI.HTM
- European Observatory for SMEs*, 2003
- Gorzela G., Jałowiecki B., *Koniunktura gospodarcza i mobilizacja społeczna w gminach '96*, EUROREG, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1997; Gorzela G., Jałowiecki B., *Koniunktura gospodarcza i mobilizacja społeczna w gminach*, EUROREG, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1998
- Gorzela G., Jałowiecki B., *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1, vol. 1, 2000, s. 12
- Hansen N., *Competition, Trust and Reciprocity in the Development of Innovative Regional Milieux*, *Papers in Regional Science* 1992, 71, 2, s. 95-105
- Hausner J., T. Kudłacz, J. Szlachta., *Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski*, *Studia KPZK PAN*, z. CVI, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997
- Hryniewicz J.T., *Endo- i egzogenne czynniki rozwoju gospodarczego gmin i regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, numer 2, vol. 2, 2000, s. 53-78
- Małopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-13
- Marshall A., *Industry and Trade. A Study of Industrial Technique and Business Organization; and Their Influences on the Conditions of Various Classes and Nations*, Macmillan, London 1927
- Oakey R., *High-Technology New Firms. Variable Barriers to Growth*, Paul Chapman Publishing Ltd, London 1995
- P. Krugman, *Geography and Trade*, Leuven University Press, Leuven; MIT Press, Cambridge, MA, 1991
- Plan Działań dla Przedsiębiorczości 2004*
- Program Ramowy dla Przedsiębiorczości i Innowacji (CIP) (2007-2013)*.
- Putnam R., *Demokracja w działaniu*, „Znak”, Kraków 1995
- Regionalna Strategia Innowacji na lata 2005-13

- Scott A. J., *New Industrial Spaces. Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe*, Pion, London 1988
- Stackelberg von K., Hahne U., *Teorie rozwoju regionalnego*, [w:] *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1998
- Storper M., R. Walker, *The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth*, Basil Blackwell, New York, 1989
- Storper M., *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*, Guilford, New York 1997
- Strategia Lizbońska 2000, Europejska Karta Małego Przedsiębiorstwa 2000*
- Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2007-13
- Suwaj R., *Analiza stanu prawnego w zakresie problematyki antykorupcyjnej na poziomie gminy*, „Samorząd Terytorialny” 2000, nr 4, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0004/SUWAJ.HTM
- Swianiewicz P., Dziemianowicz W., Mackiewicz M., *Sprawność instytucjonalna administracji samorządowej w Polsce – zróżnicowanie regionalne*, „Samorząd Terytorialny” nr 10, 2000, www.wspolnota.org.pl/sam_ter/0010/swianiewicz.htm
- T. Markowski, *Zarządzanie rozwojem miast*, PWE. Warszawa 1999, s. 104
- Vanhaverbeke W., *Realizing New Regional Core Competencies: Establishing a Customer-Oriented SME Network*, „Entrepreneurship and Regional Development”, nr 2, Vol. 13, kwiecień-czerwiec 2001
- Vatne E., M. Taylor, *Small Firms, Networked Firms and Innovation Systems: An Introduction* [in:] E. Vatne, M. Taylor (red.), *The Networked Firm in a Global World. Small Firms in New Environments*, Ashgate, Aldershot 2000, s. 1-16
- Zintegrowany Program dla MSP i Rzemiosła 1994, Wieloletni Program dla Przedsiębiorstw i Przedsiębiorczości 2000*

SPIS TABEL

Tabela 1. Tradycyjne i współczesne czynniki lokalizacji

Tabela 2. Rozwój koncepcji klastru – powiązania między firmami i organizacjami otoczenia a determinanty konkurencyjność

Tabela 3. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach zakładania firm i finansowania

Tabela 4. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach informacji oraz badań i rozwoju

Tabela 5. Instrumenty realizacji polityki wspierania MSP w obszarach internacjonalizacji/eksportu, zatrudnienia i ograniczenia biurokracji

Tabela 6. Spójność diagnozy potencjału i otoczenia przedsiębiorczości w strategii z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

Tabela 7. Spójność diagnozy potencjału i otoczenia w RIS z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

Tabela 8. Spójność diagnozy potencjału przedsiębiorczości w MRPO z opiniami ankietowanych przedsiębiorców

SPIS RYSUNKÓW

Rys. 1. Efekty aglomeracji

Rys. 2. Zakres pojęcia klasteru

Rys. 3. Regionalne czynniki przewagi konkurencyjnej według M. E. Portera

Rys. 4. Obszary oddziaływania władz regionalnych w zakresie kształtowania czynników przewagi konkurencyjnej regionu

Rys. 5. Konceptyjny model badania