

JERZY CIEŚLIK

— Przedsiębiorczość
polityka —
— rozwój

Wydawca
Bożena Kućmierowska

Recenzenci
prof. Jan Monkiewicz
prof. Jerzy W. Pietrewicz

Redakcja merytoryczna i korekty
Anna Goryńska

Redakcja techniczna
Danuta Przymanowska-Boniuk

Projekt okładki, stron tytułowych i opracowanie typograficzne
Janusz Fajto

Wydanie książki dofinansowane przez Fundację Edukacji i Rozwoju Przedsiębiorczości

Copyright for this edition by Wydawnictwo Akademickie SEDNO
Copyright by Jerzy Cieślik
Warszawa 2014

Wszelkie prawa zastrzeżone
Kopiowanie, przedrukowywanie i rozpowszechnianie w całości lub we fragmentach
jakakolwiek techniką bez pisemnej zgody wydawcy zabronione

ISBN 978-83-7963-016-5
ISBN 978-83-7963-017-2 (e-book)

Wydawnictwo Akademickie SEDNO Spółka z o.o.
00-696 Warszawa
ul. J. Pankiewicza 3
www.wydawnictwosedno.pl
info@wydawnictwosedno.pl

Spis treści

Wstęp	11
Rozdział I. Istota przedsiębiorczości	17
1. Ewolucja poglądów na temat istoty i roli przedsiębiorczości w gospodarce i w społeczeństwie.....	19
2. Przedsiębiorczość – kontekst transformacji ustrojowej.....	24
3. Istota przedsiębiorczości – najważniejsze pytania i otwarte kwestie.....	27
4. Przedsiębiorczość ambitna.....	37
Rozdział II. Oblicza przedsiębiorczości	43
1. Wprowadzenie.....	45
2. Zróżnicowanie sektora drobnej przedsiębiorczości (small businessu).....	46
2.1. Między etatem a firmą-pracodawcą.....	48
2.2. Przedsiębiorczość nierównych szans.....	51
2.3. Przedsiębiorczość podporządkowana nadrzędnym wartościom.....	59
2.4. Ciemniejsza strona przedsiębiorczości.....	61
3. Przejawy renesansu przedsiębiorczości w gospodarce.....	65
3.1. Przedsiębiorczość innowacyjna.....	66
3.2. Przedsiębiorczość ekspansywna.....	71
3.3. Przedsiębiorczość korporacyjna.....	75
4. Przedsiębiorczość poza sferą gospodarki.....	77
4.1. Przedsiębiorczość akademicka.....	77
4.2. Przedsiębiorczość w kulturze i sztuce.....	79
4.3. Przedsiębiorczość społeczna.....	80
4.4. Przedsiębiorczość w sektorze publicznym.....	82
Rozdział III. Pomiar aktywności przedsiębiorczej – porównania międzynarodowe	85
1. Co i jak mierzymy – typologia metod statystycznego pomiaru aktywności przedsiębiorczej.....	87
2. Pomiar całkowitej aktywności przedsiębiorczej.....	89
3. Pomiar początkowej aktywności przedsiębiorczej.....	92
3.1. Pomiar aktywności przedsiębiorczej we wczesnym stadium GEM.....	93
3.2. Stopa narodzin przedsiębiorstw OECD-Eurostat.....	94
3.3. Stopa wczesnej przedsiębiorczości WBGES.....	95
4. Skala aktywności przedsiębiorczej a osiągnięty poziom rozwoju gospodarczego.....	96
5. Rola czynników instytucjonalnych i kulturowych.....	100
6. Wyodrębnienie segmentu „prawdziwej” przedsiębiorczości.....	102
6.1. OECD-Eurostat – firmy dynamiczne i gajele.....	104
6.2. Pomiar aspiracji przedsiębiorczych w Projekcie GEM.....	104
7. Wielokryterijny pomiar aktywności przedsiębiorczej – Indeks GEDI.....	105

Rozdział IV Przedsiębiorczość a zatrudnienie	111
1. Jakie firmy generują nowe miejsca pracy – główne kierunki badań, najważniejsze ustalenia	113
2. Przyrost nowych miejsc pracy – udział klas wielkości przedsiębiorstw.....	119
3. Aktywność przedsiębiorcza a zatrudnienie – porównania międzynarodowe.....	122
3.1. Zróżnicowanie metod pomiaru	122
3.2. Rola firm dynamicznych/faz przyspieszonego wzrostu przedsiębiorstw.....	123
3.3. Aspiracje wzrostowe początkujących firm w dziedzinie zatrudnienia	125
4. Formy pośrednie między pracą na etacie i prowadzeniem przedsiębiorstwa	127
5. Wewnętrzna segmentacja sektora mikroprzedsiębiorstw	130
6. Jakość miejsc pracy w sektorze MŚP	133
7. Podsumowanie.....	134
Rozdział V Przedsiębiorczość a innowacje	137
1. Innowacje jako czynnik rozwoju – perspektywa makroekonomiczna	140
2. Innowacje – perspektywa przedsiębiorstwa.....	144
2.1. Poziom wdrażanych innowacji a sukces w biznesie	144
2.2. Znaczenie poziomu innowacyjności branż	145
2.3. Makroekonomiczny i mikroekonomiczny wymiar wdrażania innowacji – synteza	148
3. Przejawy innowacyjnej przedsiębiorczości	149
3.1. Młode firmy high-tech wdrażające oryginalne rozwiązania.....	150
3.2. Specyfika akademickich firm odpryskowych.....	152
3.3. „Łowcy rozprysków”	155
3.4. Proaktywni imitatorzy.....	158
4. Wdrażanie innowacji z perspektywy kraju doganiającego.....	161
4.1. Perspektywa makroekonomiczna.....	161
4.2. Poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw	164
4.3. Strategia wdrażania innowacji	166
Rozdział VI Międzynarodowy wymiar przedsiębiorczości	171
1. Aktywność międzynarodowa polskich firm w dobie transformacji ustrojowej	173
2. Zaangażowanie eksportowe polskich firm – porównania międzynarodowe.....	175
3. Przedsiębiorczość międzynarodowa czy międzynarodowy small business?	177
4. Sektor kontrolowany przez kapitał zagraniczny w polskiej gospodarce	179
5. Intensywność i dynamika zaangażowania eksportowego polskich przedsiębiorstw	185
5.1. Zróżnicowanie polskich przedsiębiorstw ze względu na udział eksportu w sprzedaży.....	185
5.2. Eksport jako dźwignia rozwoju przedsiębiorstw.....	187
6. Międzynarodowy wymiar innowacyjnej przedsiębiorczości.....	188
6.1. Internacjonalizacja młodych firm w obszarze zaawansowanych technologii	188
6.2. Efekty rozpryskowe zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB)	190
6.3. Pośrednia internacjonalizacja kooperacyjna	192

7. Polskie firmy globalne	193
7.1. Zagraniczne inwestycje bezpośrednie polskich firm	193
7.2. Od eksporterów i inwestorów do polskich globalnych liderów.....	195
8. Podsumowanie	197
Rozdział VII Czy i jak wspierać przedsiębiorczość?	199
1. Motywy oddziaływania państwa na sektor przedsiębiorstw	201
1.1. Zawodność rynku (<i>market failure</i>)	202
1.2. Niesprawność systemowa	203
2. Cele polityki przedsiębiorczości	205
2.1. Przyspieszenie wzrostu gospodarczego kraju	205
2.2. Przedsiębiorczość jako dźwignia rozwoju na poziomach regionalnym i lokalnym	208
2.3. Przedsiębiorczość jako instrument rozwiązywania ważnych problemów społecznych	210
2.4. Cele polityki przedsiębiorczości – próba syntezy	212
3. Polityka przedsiębiorczości – ujęcie systemowe	215
3.1. Cel główny polityki przedsiębiorczości i jego pomiar	217
3.2. Adresaci polityki przedsiębiorczości i ich segmentacja.....	218
3.3. Ramy instytucjonalne polityki przedsiębiorczości	222
3.4. Społeczny klimat wokół przedsiębiorczości i przedsiębiorców	228
3.5. Kryteria i zasady wdrażania selektywnych instrumentów wsparcia.....	231
4. Podsumowanie	234
Aneks statystyczny	237
Bibliografia	249
Spis rysunków	259
Spis tabel	261
Indeks	263



Wstęp

Przedsiębiorczość kojarzy się z indywidualną perspektywą, a więc z pokonywaniem trudności i wyzwań, z jakimi zmagają się przedsiębiorcy, w wyniku zderzenia z twardymi realiami walki konkurencyjnej, brakiem środków finansowych, niezbyt przyjaznym systemem podatkowym i mitręgą administracyjną. Kojarzy się także z czynnikami, które decydują o powodzeniu w biznesie i poszukiwaniem najbardziej skutecznych metod i sposobów rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej. W tym nurcie podejmowałem przez wiele lat różnorodne inicjatywy badawcze, edukacyjne i szkoleniowo-doradcze w ramach kompleksowego programu *Przedsiębiorczość dla ambitnych*¹.

Tym razem proponuję Czytelnikowi spojrzenie na przedsiębiorczość z perspektywy makroekonomicznej. Podejmuję mianowicie próbę wyjaśnienia roli, jaką przedsiębiorczość odgrywa w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego. Koniec XX i początek XXI wieku to okres istotnych przewartościowań w tej dziedzinie, ze względu na podważenie dominacji wielkich korporacji i zwrócenie większej uwagi na rolę mniejszych firm w gospodarce.

Tendencje te wiązały się ściśle z przechodzeniem krajów wysoko rozwiniętych od fazy uprzemysłowienia do fazy gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach. Skoro przedsiębiorczość jest tak ważna w tym stadium rozwoju, to niesłychanie istotne staje się rozpoznanie jej głównych sił motorycznych po to, by przez odpowiednie instrumenty polityki państwa skutecznie stymulować pozytywne zmiany w obrębie sektora przedsiębiorstw.

Mimo powszechnej opinii o istotnym znaczeniu przedsiębiorczości niewiele wiemy na temat tego, w jaki sposób indywidualne inicjatywy przedsiębiorców oraz kondycja prowadzonych przez nich firm przekładają się na rozwój gospodarki jako całości. Zarówno badacze, jak i politycy powszechnie posługują się pojęciem „uśrednionego” małego i średniego przedsiębiorcy (MŚP), w której to kategorii zawiera się 99,8% wszystkich aktywnych podmiotów gospodarczych w Polsce. Zbiorowość MŚP obejmuje tak zróżnicowane przypadki jak jednoosobowa działalność gospodarcza, prowadzona w uzupełnieniu do zatrudnienia etatowego, a jednocześnie 200-osobowa firma o rozwiniętej strukturze na terenie całego kraju, aktywnie wychodząca na rynki międzynarodowe.

¹ Program ten obejmuje podręcznik *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010 oraz portal edukacyjno-doradczy o tej samej nazwie, www.cieslik.edu.pl.

Z powyższym wiąże się zamieszanie pojęciowe i brak uzgodnionych definicji podstawowych terminów, w tym samej istoty przedsiębiorczości. Ponadto, niski poziom rozpoznania ilościowych i jakościowych przejawów aktywności przedsiębiorczej, utrudnia formułowanie racjonalnej polityki gospodarczej, w ramach współczesnego nurtu polityki opartej na wiedzy (*evidence-based policy*). Sprzyja natomiast upowszechnieniu tzw. prawd obiegowych (*conventional wisdom*), a więc pozornie oczywistych tez, których popularność wynika nie tyle z solidnych podstaw empirycznych, ile z faktu, że wszyscy wierzą w ich prawdziwość i traktują je jako oczywiste. Stąd o krok do prezentowania „genialnie prostych recept” na wszystkie bolączki i problemy, z jakimi borykają się przedsiębiorcy.

Te niepokojące tendencje, związane z ograniczonym stanem wiedzy na temat przedsiębiorczości, mają charakter powszechny i bynajmniej nie dotyczą tylko Polski. Jednak w ostatnich kilkunastu latach, w wyniku prowadzonych na dużą skalę badań naukowych, w wielu krajach wysoko rozwiniętych zwiększył się istotnie zasób wiedzy na temat funkcjonowania sektora mniejszych firm. Efektem tych badań zaczęły się także interesować agendy rządowe odpowiedzialne za politykę przedsiębiorczości. Gdy w końcu lat 90. Ministerstwo Gospodarki Holandii postanowiło nadać jakościowo nowy wymiar polityce przedsiębiorczości, sformułowało na początku zestaw pytań zatytułowany: *Czego nie wiemy, a co powinniśmy wiedzieć, by skutecznie oddziaływać na sektor przedsiębiorstw?* Zadanie wypełnienia wspomnianej luki wiedzy powierzono wyspecjalizowanej placówce badawczej. Obecnie Holandia znajduje się w ścisłej czołówce krajów, jeśli chodzi o poziom aktywności przedsiębiorczej i skuteczności wdrażanych instrumentów wsparcia.

Ujawnił się też bardziej wyważony, pragmatyczny nurt myślenia na temat przedsiębiorczości i jej roli w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego. Takie podejście wymagało niekiedy odważnego zanegowania obiegowych poglądów. Dobrym przykładem może tu być opublikowana w 2008 r. praca czołowego amerykańskiego badacza przedsiębiorczości Scotta A. Shane'a, pod znamienym tytułem *Iluzje przedsiębiorczości. Kosztowne mity, którym ulegają przedsiębiorcy, inwestorzy i politycy* (Shane, 2008). W ramach wspomnianego kierunku dużą wagę przywiązuje się do pogłębionych badań empirycznych, dzięki czemu działania w sferze polityki gospodarczej są oparte na solidnych podstawach.

W książce nawiązuję do tego pragmatycznego nurtu analizy przejawów przedsiębiorczości i jej roli w procesie rozwoju gospodarczego w Polsce. W ciągu 25 lat od momentu rozpoczęcia transformacji ustrojowej przygodę z własnym biznesem zrealizowało ponad 5 milionów Polaków, nie licząc specyficznych przedsiębiorców, jakimi są niewątpliwie właściciele gospodarstw rolnych. Mamy zatem nagromadzony bogaty zasób praktycznych

doświadczeń. Obecnie, gdy przedsiębiorczość „trafiła pod polskie strzechy”, potrzebna jest wyważona, oparta na faktach refleksja na temat kierunków polityki przedsiębiorczości, w warunkach przechodzenia naszej gospodarki do stadium opartego na wiedzy i innowacjach.

Książka składa się z siedmiu rozdziałów. W rozdziale I podejmuję próbę określenia istoty przedsiębiorczości i omawiam ewolucję poglądów na temat jej roli w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego. Staram się uporządkować podstawowe pojęcia oraz pokazuję, jak podstawowe różnice w pojmowaniu przedsiębiorczości przekładają się na ocenę jej znaczenia a także na kierunki polityki gospodarczej.

W rozdziale II zmiierzam się ze zjawiskiem bardzo dużego zróżnicowania przedsiębiorców i ich firm. Przedsiębiorczość, z samej swojej istoty, jest wielowymiarowa i nie poddaje się prostym zabiegom klasyfikacyjnym. Pewna systematyzacja jest jednak konieczna, by móc określić wpływ poszczególnych rodzajów aktywności przedsiębiorczej na gospodarkę.

W rozdziale III przedstawiam różne metody pomiaru aktywności przedsiębiorczej. W tej dziedzinie mamy wyjątkowo duże nasilenie nieporozumień i błędów interpretacyjnych. Dokonuję systematyzacji stosowanych mierników, a następnie wykorzystuję je do analizy porównawczej osiągniętego poziomu przedsiębiorczości w Polsce, na tle innych krajów.

W kolejnych rozdziałach (IV, V i VI) podejmuję trzy najważniejsze zagadnienia, które zdominowały debatę na temat makroekonomicznych skutków przedsiębiorczości na przełomie XX i XXI wieku. Pierwsza kwestia (rozdział IV), dotyczy roli mniejszych firm w tworzeniu nowych miejsc pracy. W tej dziedzinie katalizatorem ożywionej dyskusji były badania zainicjowane jeszcze w latach 70. i 80. ubiegłego stulecia w Stanach Zjednoczonych. Po trzydziestu latach ta problematyka nadal zachowuje aktualność, zwłaszcza wobec utrzymującej się w wielu krajach wysokiej stopy bezrobocia.

Rewolucyjne zmiany, jakie na przełomie XX i XXI wieku nastąpiły w dziedzinie informatyki, telekomunikacji, biotechnologii, nowych materiałów, a także nowe rozwiązania w sferze organizacji, zarządzania i marketingu, pokazały, że potrzebne jest nowe spojrzenie na związki między przedsiębiorczością a innowacyjnością. Tę złożoną problematykę podejmuję w rozdziale V.

Wspomniane zmiany w technologii i organizacji otworzyły także nowe możliwości prowadzenia działalności gospodarczej w skali globalnej. W rozdziale VI rozważam, na ile zmiany te dotyczyły mniejszych firm i w jakim stopniu zmieniło to strukturę uczestników wymiany handlowej i współpracy gospodarczej Polski z zagranicą.

Ostatni, VII rozdział, poświęcony jest polityce gospodarczej. Pytanie o kierunek, skalę i skuteczność oddziaływania państwa na sferę gospodarki

pojawia się we wcześniejszych rozdziałach, gdzie formułuję kierunkowe zalecenia dotyczące działań na rzecz wzrostu zatrudnienia, wdrażania innowacji i internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. Natomiast w podsumowującym rozdziale VII przedstawiam całościową, systemową koncepcję polityki przedsiębiorczości, z uwzględnieniem specyfiki polskich realiów społeczno-gospodarczych.

Książka jest adresowana do zróżnicowanego grona odbiorców: polityków gospodarczych, pracowników administracji publicznej, naukowców, studentów oraz publicystów ekonomicznych. Wierzę, że będzie także przydatna dla samych przedsiębiorców, chociażby dla lepszego zrozumienia szerszego, społecznego kontekstu ich codziennych zmagania z realiami prowadzenia biznesu.

Planując koncepcję książki, stanąłem przed poważnym wyzwaniem, jakim jest określenie racjonalnego poziomu skomplikowania prowadzonego wywodu. W nauce przedsiębiorczości, tak zresztą jak w innych dyscyplinach nauk, jest wyraźna tendencja do nadmiernej formalizacji analizy. W książce przyjąłem metodę pośrednią: tam, gdzie jest to konieczne, pokazuję Czytelnikowi złożoność zjawisk towarzyszących przedsiębiorczości, unikając jednocześnie typowego dla badaczy „dzielenia włosa na czworo”. Dla tych, którzy chcieliby pogłębić wiedzę w wybranych kwestiach, podaję aktualną literaturę. By ułatwić dotarcie do poszczególnych zagadnień, stosowanych definicji i pojęć, na końcu książki zamieszczony został indeks rzeczowy.

Proponowane w książce rozwiązania i kierunki działań w sferze polityki opieram na wynikach badań empirycznych. Jest to zgodne z postulatem, że tak jak w innych obszarach interwencji państwa polityka przedsiębiorczości powinna być oparta na solidnej wiedzy (*evidence-based policy*). Jest potrzebne także dlatego, że w książce kwestionuję wiele „prawd obiegowych”, a to wymaga solidnego udokumentowania. W badaniach wykorzystuję dane statystyczne, zarówno krajowe, jak i międzynarodowe (Baza Eurostat, Baza OECD, Baza Projektu GEM, Baza COMPENDIA). W przypadku danych krajowych są to w większości źródłowe dane GUS, przetworzone na indywidualne zamówienie. Natomiast dane międzynarodowe zostały opracowane w sposób pozwalający na lepszą ilustrację występujących tendencji i zjawisk. Stosuję także metodę porównania i łączenia zbiorów danych pochodzących z różnych źródeł, co umożliwia weryfikację uzyskanych wyników (metoda triangulacji).

Mając na względzie, że nadmierne nasycenie statystyką może utrudnić lekturę książki, zastosowałem podwójny sposób prezentacji danych. W treści poszczególnych rozdziałów zamieszczam głównie rysunki, pozwalające czytelnikowi uchwycić główne tendencje. Natomiast rozbudowane tabele statystyczne są zawarte w końcowym Aneksie.

W książce prezentuję wyniki wieloletnich badań nad sektorem polskich przedsiębiorstw, prowadzonych w Akademii Leona Koźmińskiego. Poszczególne kwestie były przedmiotem ożywionych dyskusji w gronie zespołów badawczych. Nie sposób wymienić wszystkich, z których wkładu pracy, wniosków i sugestii miałem okazję skorzystać w trakcie przygotowania książki. Chciałbym natomiast szczególnie gorąco podziękować prof. Izabeli Kołodkiewicz z Akademii Leona Koźmińskiego, która służyła mi radą i pomocą na wczesnym etapie pracy nad książką, komentując robocze wersje kolejnych rozdziałów. Wnikliwe uwagi wnieśli także recenzenci: prof. Jan Monkiewicz z Politechniki Warszawskiej oraz prof. Jerzy W. Pietrewicz ze Szkoły Głównej Handlowej. Rzecz jasna, odpowiedzialność za ostateczny kształt prezentowanych w książce treści spoczywa na autorze.

Jerzy Cieślik
Konstancin-Jeziorna, lipiec 2014



Rozdział

I

Istota przedsiębiorczości



1. Ewolucja poglądów na temat istoty i roli przedsiębiorczości w gospodarce i w społeczeństwie

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem bardzo złożonym i wielowymiarowym, o czym świadczy fakt, że mimo prowadzonych od początku XVIII wieku badań¹, w gronie naukowców zajmujących się tą problematyką występuje nadal wiele kontrowersji i wątpliwości, dotyczących fundamentalnych kwestii – począwszy od definicji przedsiębiorcy oraz interpretacji przedsiębiorczości jako zjawiska społeczno-gospodarczego.

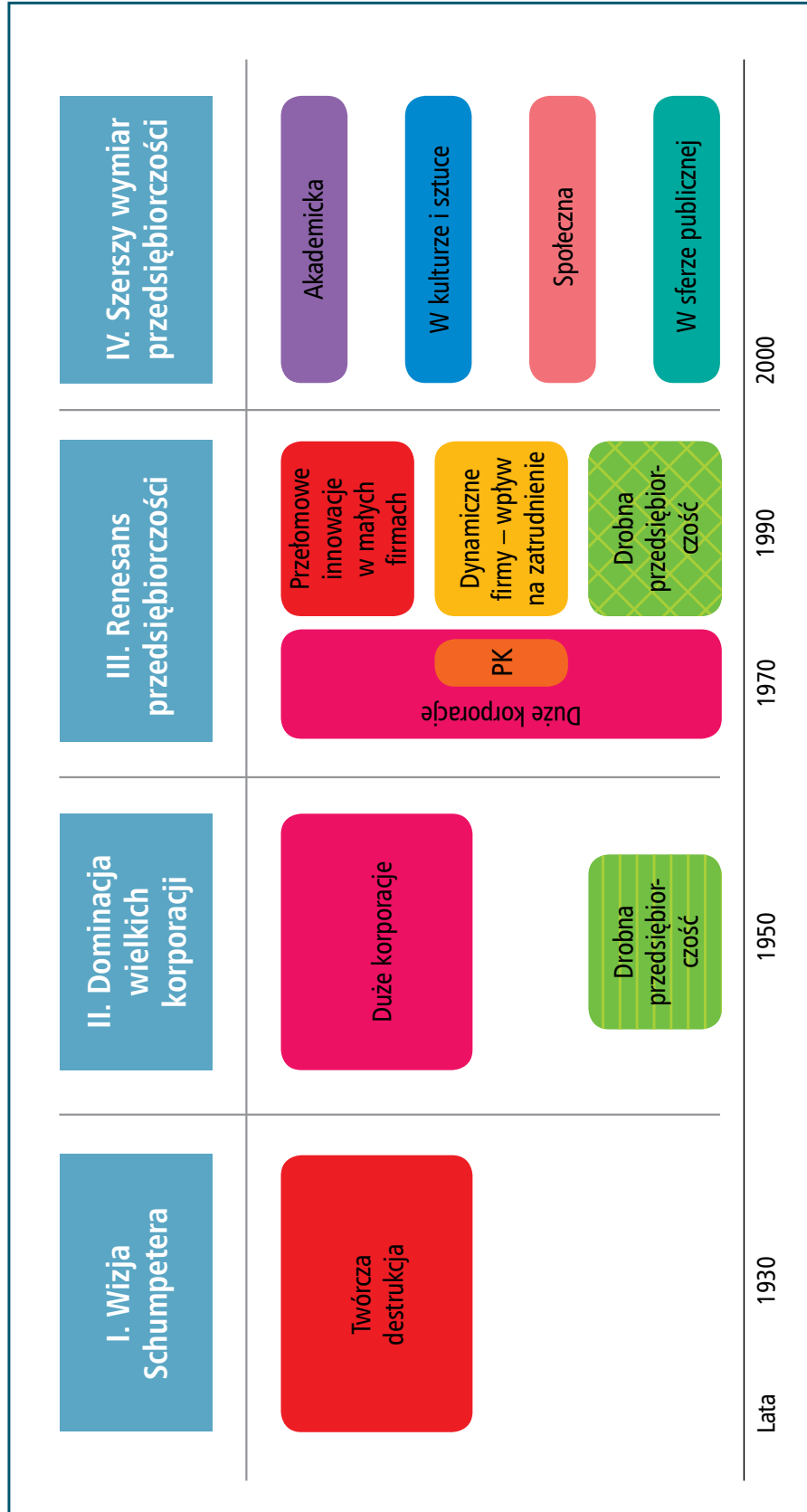
Na współczesny sposób myślenia o przedsiębiorcach i przedsiębiorczości zasadniczy wpływ miała i ma także współcześnie teoria Josepha Schumpetera (Schumpeter, 1960). Ferment intelektualny, jaki wywołała na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat, doprowadził do zasadniczego przewartościowania poglądów w tej dziedzinie. Graficzną ilustrację tej ewolucji zawiera rysunek I.1.

Schumpeter traktował przedsiębiorcę jako czynnik sprawczy rozwoju. Główna funkcja przedsiębiorcy polegała na wdrażaniu innowacji. Wprowadzając innowacyjne produkty i procesy, przedsiębiorca staje się „twórczym destruktoorem”, burząc istniejący układ sił na rynku. Tak więc, w ujęciu Schumpetera przedsiębiorca był centralną postacią w gospodarce. W dyskursie publicznym był jednocześnie synonimem współczesnego herosa, samotnie zmagającego się z przeciwnościami losu i atakami konkurencji. Te wszystkie trudności udaje mu się pokonać dzięki nadzwyczajnemu zaangażowaniu, indywidualnym predyspozycjom oraz uporowi w dążeniu do celu (rysunek I.1, faza I).

Taki sposób myślenia o przedsiębiorcach został podważony przez samego autora wspomnianej koncepcji. W wydanej w 1942 r. pracy *Kapitalizm, socjalizm, demokracja* (Schumpeter, 1995) J. Schumpeter zwracał uwagę na fakt, że innowacje o przełomowym znaczeniu są wdrażane w laboratoriach wielkich koncernów, przede wszystkim ze względu na konieczność poniesienia wysokich nakładów na prace badawczo-rozwojowe. W efekcie mali przedsiębiorcy, w swej przeważającej masie, pozostają poza głównym nurtem postępu techniczno-organizacyjnego w czołowych gałęziach gospodarki².

¹ Za prekursora badań nad przedsiębiorczością uznaje się Richarda Cantillona (1680–1734).

² Interpretacja myśli Schumpetera na temat istoty przedsiębiorczości i roli przedsiębiorców nie



Rysunek I.1. Ewolucja poglądów na temat istoty przedsiębiorczości i jej roli w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego w XX i XXI w.

Źródło: opracowanie własne.

Dało to początek jakościowo odmiennego spojrzenia – utożsamiania przedsiębiorczości z tradycyjnym small businessem, czyli drobną przedsiębiorczością³ (rysunek I.1, faza II). Mowa tu o licznej rzeszy niewielkich podmiotów gospodarczych, zakładanych z myślą o działaniu na niewielką skalę, w tradycyjnych gałęziach gospodarki. Gdy każdego ranka przechodzimy do sklepiku na rogu, by zaopatrzyć się w świeże pieczywo, nabiał i owoce, doceniamy pracowitość właściciela, który musiał wstać znacznie wcześniej, by zorganizować zaopatrzenie i otworzyć lokal. Nie oczekujemy jednak od niego przejawów szczególnej innowacyjności.

Przekonanie o dominacji dużych organizmów gospodarczych i przewadze tzw. gospodarki korporacyjnej (*managed economy*), a jednocześnie marginalizacji sektora drobnej przedsiębiorczości miało solidne podstawy, jeżeli weźmiemy pod uwagę dominujące trendy rozwoju gospodarki krajów wysoko uprzemysłowionych po II wojnie światowej. Wymieńmy najważniejsze z nich:

- ➔ Mniejsze firmy były w minimalnym stopniu zaangażowane w działalność innowacyjną, a tym samym nie mogły funkcjonować w tworzącej się strukturze gospodarki opartej na wiedzy.
- ➔ Udział mniejszych firm w zatrudnieniu wykazywał tendencję spadkową. Do tego wynagrodzenia w sektorze korporacyjnym były znacznie wyższe. Pracownicy wielkich koncernów mieli generalnie lepsze możliwości podnoszenia kwalifikacji i awansu.
- ➔ Wydajność pracy w małych firmach była zdecydowanie niższa niż w dużych korporacjach.
- ➔ W dobie postępującej liberalizacji handlu światowego oraz powstawania regionalnych ugrupowań integracyjnych zaangażowanie małych firm w wymianę handlową z zagranicą było marginalne. Tego typu firmy nie mogły zatem realizować korzyści z międzynarodowego podziału pracy.

jest łatwa, ze względu na ewolucję poglądów, jakie prezentował w kolejnych pracach. Jego autorytet w naukach ekonomicznych i, szerzej, w naukach społecznych powoduje, że badacze mają kłopot z krytyką jego tez, które ewidentnie nie wytrzymały próby czasu. Do takich należał pogląd, że wobec fundamentalnych słabości kapitalizmu nieuchronne będzie przejście do modelu gospodarki socjalistycznej. Tu J. Schumpeter ewidentnie się pomylił (Bałtowski, 2009, s. 445–449).

³ Nie ma dobrego polskiego odpowiednika dla pojęcia *small business*. Termin „drobna przedsiębiorczość” pojawił się w kontekście przyjętego w 2008 r. w krajach Unii Europejskiej *Small Business Act for Europe*, który został oficjalnie przetłumaczony jako „Akt dla drobnej przedsiębiorczości w Europie”. W niniejszej pracy obydwie pojęcia polskie i angielskie używane są zamiennie.

Definiowanie przedsiębiorczości jako tradycyjnego small businessu było powszechne aż do lat 70. ubiegłego stulecia. Wtedy to ujawniły się nowe zjawiska i tendencje, które podważyły pogląd o dominacji sektora korporacyjnego i marginalizacji segmentu małych firm. Dotyczyły tak fundamentalnych aspektów funkcjonowania gospodarki jak kreowanie nowych miejsc pracy, wdrażanie innowacji czy międzynarodowa wymiana handlowa.

Jeśli chodzi o kwestię zatrudnienia, przełomowe znaczenie miały badania rozpoczęte w latach 70. przez D. Birch (Birch, 1979), który wykazał, że to małe firmy, a nie wielkie koncerny generują *gros* nowych miejsc pracy w amerykańskiej gospodarce. Te nowe ustalenia nie mogły być zlekceważone w warunkach narastającego w okresach dekonjunkury bezrobocia, z którym borykają się współczesne gospodarki, niezależnie od poziomu rozwoju.

Równolegle w tym samym okresie (lata 70. i 80.) ujawniło się innowacyjne oblicze przedsiębiorczości (rysunek I.1, faza III). W wielu nowoczesnych gałęziach, takich jak informatyka, biotechnologia, nowe materiały, zaczęły powstawać zaawansowane technologicznie firmy, które w wielu dziedzinach zagroziły wielkim koncernom. Okazało się, że mogą one skutecznie wdrażać przełomowe innowacje w warunkach „garażowych”, nie dysponując rozbudowaną infrastrukturą badawczą, kadrami i środkami finansowymi. Sztandarowe przykłady sukcesów „garażowych” firm high-tech to Microsoft, Apple, Dell, a w późniejszym okresie Google i Facebook. Ich młodzi (niekiedy bardzo młodzi) założyciele, stali się współczesnymi bohaterami, na miarę „twórczych destruktorów” z epoki Schumpetera. Zawładnęli masową wyobraźnią na skalę porównywalną do gwiazd ekranu czy sportu.

Sukcesy małych, początkujących firm we wdrażaniu przełomowych innowacji, poddały w wątpliwość skuteczność korporacyjnych systemów organizacji prac badawczo-rozwojowych. Reakcja kierownictw czołowych koncernów polegała na próbach wprowadzenia do korporacyjnych struktur „ducha przedsiębiorczości”, a więc tzw. przedsiębiorczości korporacyjnej (por. podrozdział II.3). Przynosiło to namacalne efekty ekonomiczne, a pośrednio stanowiło swoistą nobilitację przedsiębiorczości i przedsiębiorczych sposobów działania, które stały się trwałym elementem nowoczesnych metod zarządzania.

W latach 90. ubiegłego stulecia zanegowana została kolejna strukturalna słabość sektora drobnej przedsiębiorczości, polegająca na niedostatecznym zaangażowaniu w wymianę handlową z zagranicą. Korzystając z ułatwień w dostępie do rynków zagranicznych, w dobie postępującej integracji gospodarczej i w wyniku upowszechnienia technologii informatycznych, a zwłaszcza Internetu, młode, dynamiczne firmy stawały się międzynarodowe niejako od urodzenia (tzw. *born global*). Już w trakcie przygotowania do uruchomienia biznesu ekspansja poza granice kraju macierzystego była traktowana jako istotny element strategii rozwoju. Ta aktywność

mniejszych firm nie zagroziła jak dotąd przodującej roli wielkich korporacji transnarodowych w handlu światowym, a tym bardziej w zagranicznych inwestycjach bezpośrednich. Niewątpliwie przyczyniła się natomiast do zwiększenia i zróżnicowania liczby podmiotów aktywnych na rynku międzynarodowym, co w wielu branżach zintensyfikowało konkurencję, z korzyścią dla odbiorców towarów i usług.

Współcześnie, od początku XXI wieku, obserwujemy tendencję do postrzegania przedsiębiorczości w szerszym wymiarze. Chodzi o stosowanie metod przedsiębiorczego działania także poza sferą gospodarki (rysunek I.1, faza IV). Dotyczy to uczelni wyższych (przedsiębiorczość akademicka), organizacji społecznych, nienastawionych na zysk (przedsiębiorczość społeczna), sfery kultury i sztuki (przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych), a nawet administracji państwowej i samorządowej (przedsiębiorczość publiczna). W działalności pozagospodarczej nie chodzi o umiejętności *stricte* biznesowe, ale o wykorzystanie postaw i zachowań przedsiębiorczych jako istotnej kompetencji nowoczesnych kadr, która to kompetencja odgrywa coraz większą rolę w różnych obszarach życia społecznego.

W wyniku omówionych tendencji możemy współcześnie mówić o renesansie przedsiębiorczości i rosnącej roli przedsiębiorców w gospodarce i społeczeństwie. Dalej idącym postulatem jest formułowana przez wielu badaczy teza o przechodzeniu, w przypadku krajów najwyżej rozwiniętych, od modelu „gospodarki korporacyjnej” (*managed economy*) do „gospodarki przedsiębiorczej” (*entrepreneurial economy*) (Audretsch i Thurik, 2004). Przedsiębiorczość jest zatem integralnym elementem głębszego procesu transformacji krajów najwyżej rozwiniętych od etapu industrializacji do stadium gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach.

Warto też zwrócić uwagę na historyczny, a wręcz cywilizacyjny kontekst wspomnianych przeobrażeń. Nawiązujemy tu do teorii „technologii ogólnego zastosowania” (*General Purpose Technologies*) (Bresnahan i Trajtenberg, 1995). W myśl tej koncepcji, w rozwoju ludzkiej cywilizacji obserwujemy ciągły strumień innowacji, jednak co jakiś czas pojawiają się przełomowe wynalazki, które stwarzają możliwości radykalnego przyspieszenia rozwoju w skali całej gospodarki i w życiu społecznym. Badacze spierają się o to, jakie przełomowe wynalazki powinno się zakwalifikować do kategorii technologii ogólnego zastosowania. Panuje jednak zgodność poglądów, że na tej liście należy umieścić wynalazek koła, druku, maszyny parowej i elektryczności, a współcześnie – technologie informacyjne i komunikacyjne, w tym zwłaszcza Internet (Hofmokl, 2009, s. 206).

Wcześniejsze przełomowe technologie w okresie rewolucji przemysłowej generalnie sprzyjały rozwojowi wielkoseryjnej produkcji, natomiast ograniczały lub wręcz eliminowały drobną działalność gospodarczą. Dobrym przykładem jest tu zastosowanie maszyny parowej w przemyśle włókienniczym

w XVIII i XIX w., co doprowadziło do upadku produkcji rzemieślniczej. Tymczasem technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) stały się bardzo przyjazne dla sektora mniejszych, w tym także początkujących firm. Niezależnie od powstania całego nowego sektora gospodarki związanego z technologiami ICT, opanowanego w większości przez młode start-upy, wspomniane technologie mogły być z powodzeniem wykorzystane przez małe podmioty w innych sektorach. Stworzyły możliwość łatwiejszego, i, co ważne, znacznie tańszego, dostępu do informacji o rynkach i klientach, a także sprzedaży wyrobów i usług za pośrednictwem Internetu, z pominięciem tradycyjnych kanałów dystrybucji, opanowanych przez duże firmy. Ten pozytywny efekt dla mniejszych firm jest szczególnie widoczny w operacjach międzynarodowych.

Wizja rodzącej się „gospodarki przedsiębiorczej” (*entrepreneurial economy*) w naturalny sposób skupiła uwagę badaczy, a także polityków na segmencie „prawdziwej” przedsiębiorczości, do której zalicza się firmy bazujące na zaawansowanych technologiach (*high tech*), a także niekiedy niezwykle wysoce innowacyjne, lecz nastawione na szybki rozwój (*gazele*), aktywnie wychodzące na rynki międzynarodowe (*born global*). Mniejszym zainteresowaniem cieszą się zmiany, jakie równoległe wystąpiły w obrębie sektora drobnej przedsiębiorczości. Zaslugują one na większą uwagę, ze względu na postępujące wewnętrzne zróżnicowanie tego segmentu, który w dalszym ciągu stanowi ponad 95% całej populacji przedsiębiorstw.

2. Przedsiębiorczość – kontekst transformacji ustrojowej

W przypadku krajów Europy Środkowo-Wschodniej światowy trend ożywienia aktywności przedsiębiorczej zbiegł się w czasie z zasadniczą transformacją ustrojową, a więc zerwaniem z systemem centralnego planowania na rzecz gospodarki wolnorynkowej. Dla przedsiębiorców i kandydatów na przedsiębiorców była to zmiana o fundamentalnym znaczeniu. W dobie realnego socjalizmu sektor prywatny był bądź likwidowany ze względów ideologicznych, bądź, jak w Polsce i na Węgrzech, tolerowany w ograniczonym wymiarze na marginesie dominującego sektora publicznego. Wyjątkiem było tu rolnictwo w Polsce, które stanowiło domenę prywatnych gospodarstw rolnych.

Skalę zmian w sektorze prywatnych przedsiębiorstw na przestrzeni 15 lat między końcem epoki realnego socjalizmu (1988) a ostatnim rokiem przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej (2003), traktowanym umownie jako cezura kończąca okres transformacji, ilustruje tabela I.1.

W tym niezwykle burzliwym piętnastoleciu zasadnicze zmiany ilościowe w sektorze przedsiębiorstw odbiły się także na jego strukturze podmiotowej.

Tabela I.1. Zmiana liczby prywatnych podmiotów gospodarczych w wyniku transformacji ustrojowej w Polsce w latach 1988–2003 (w tys.)

Podmiot gospodarczy	1988	2003	Zmiany 2003/1988
Prywatne firmy krajowe	586,5	1706,5	3-krotna
Firmy z udziałem zagranicznym	0,9	15,4	17-krotna

Źródło: obliczenia własne na podstawie publikacji GUS z lat 1990–2005.

Zdecydowana większość przedsiębiorstw państwowych została sprywatyzowana, skomercjalizowana bądź zlikwidowana, a ich aktywa zasiliły sektor prywatny (krajowy bądź zagraniczny). Aktualnie, poza wybranymi gałęziami, takimi jak przemysł wydobywczy, zbrojeniowy, paliwowy czy energetyczny, udział sektora publicznego w polskiej gospodarce jest bardzo ograniczony.

Polska, podobnie jak Węgry, nie była w okresie realnego socjalizmu „przedsiębiorczą pustynią”, gdyż oprócz prywatnego rolnictwa funkcjonowało w tym czasie prawie 600 tys. niewielkich podmiotów, głównie w handlu, rzemiośle i w usługach. Natomiast po zmianie ustroju, w następnym piętnastoleciu, na własną przygodę z biznesem zdecydowało się ponad 5 milionów Polaków⁴. Większość założonych w tym czasie firm, z różnych przyczyn, nie przetrwała do czasów obecnych.

Analizując przyczyny „eksplozji przedsiębiorczej” w okresie transformacji ustrojowej, najczęściej podkreśla się determinację i zaangażowanie tych wszystkich, którzy zdecydowali się wejść na ścieżkę własnego biznesu, mimo trudności i barier wynikających z niedostosowania systemu prawnopodatkowego i administracyjnego do wymogów współczesnej gospodarki rynkowej. Warto jednak zwrócić uwagę na czynniki ułatwiające takie zaangażowanie.

Zgodnie z teorią sformułowaną na początku ubiegłego stulecia przez T. Veblena (Veblen, 1915) i rozwiniętą przez A. Gerschenkrona (Gerschenkron, 1962) kraje zacofane mają niekorzystną pozycję w międzynarodowym podziale pracy, ale realizują jednocześnie przywileje i swoiste „korzyści z zacofania” (*advantages of backwardness*). Mogą bowiem asymilować już sprawdzone rozwiązania techniczne i organizacyjne dostępne w krajach wyżej rozwiniętych. Koszty takiej asymilacji są z reguły znacznie niższe niż

⁴ Według danych GUS (Rejestr Regon) na koniec 1993 r. (pierwszego roku funkcjonowania Rejestru po zmianach dostosowawczych do nowego ustroju gospodarki) było w nim zarejestrowanych 1,9 mln podmiotów gospodarczych. W kolejnych latach 1994–2003 zostało zarejestrowanych łącznie 3,9 mln nowych podmiotów, a jednocześnie 2,3 mln zakończyło działalność. Z porównania danych wynika, że do końca 2003 r. inicjatywę uruchomienia własnego biznesu podjęło 5,8 mln osób. Trzeba jednak brać pod uwagę, że część zarejestrowanych jednoosobowych firm nigdy nie rozpoczęła działalności, a pewne grupy zarejestrowanych podmiotów nie miały gospodarczego charakteru (stowarzyszenia, fundacje).

oryginalne wdrożenie, zaś dodatkowa korzyść wynika z możliwości przeskoczenia pośrednich faz rozwoju i uniknięcia błędów popełnionych przez innych. Jednak z możliwości tych nie mogą skorzystać kraje najslabiej rozwinięte, gdyż skala zacofania stanowi barierę w absorpcji zagranicznych technologii. W znacznie lepszym położeniu są kraje na średnim poziomie rozwoju, w tym przechodzące okres transformacji ustrojowej kraje Europy Środkowo-Wschodniej.

Równolegle mieliśmy do czynienia z historyczną koincydencją transformacji ustrojowej z omawianym wcześniej radykalnym przełomem technologicznym, dzięki upowszechnieniu w gospodarce i w społeczeństwie nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT). Tu właśnie ujawniły się wspomniane „korzyści z zacofania”. Dla polskiego przedsiębiorcy, rozpoczynającego działalność w połowie lat 90., Internet stał się naturalnym środkiem komunikacji z klientami i kontrahentami. Przejście na nowe zasady funkcjonowania następowało w tym samym czasie, co w przypadku funkcjonujących w segmencie drobnej działalności gospodarczej firm francuskich czy austriackich. Te ostatnie musiały jednak pokonać nawyki prowadzenia biznesu, ukształtowane w epoce przedinternetowej.

Nie sposób też pominąć pozytywnych skutków międzynarodowej integracji gospodarczej. Dla większości krajów Europy Środkowo-Wschodniej przełomowym momentem było przystąpienie do Unii Europejskiej w 2004 roku. Trzeba jednak podkreślić, że ułatwienia w przepływie towarów, usług, kapitału i ludzi były sukcesywnie wprowadzane na długo przed formalną akcesją.

Uprzedzając wnioski z przeprowadzonej w rozdziale III analizy porównawczej długofalowych trendów aktywności przedsiębiorczej Polski i krajów wysoko rozwiniętych, można stwierdzić, że po 25 latach od rozpoczęcia transformacji ustrojowej, w ujęciu ilościowym, poziom aktywności przedsiębiorczej jest zbliżony do bliskich nam kulturowo i cywilizacyjne krajów Europy Zachodniej. Pozostają natomiast istotne różnice jakościowe, dotyczące całego sektora przedsiębiorstw, w tym także mniejszych firm.

Prawdziwym fenomenem okresu transformacji w Polsce był rozkwit sektora kontrolowanego przez kapitał zagraniczny. Z uwagi na ograniczenia i zakazy, podyktowane względami ideologicznymi, obecność zagranicznych firm w dobie realnego socjalizmu była znikoma. Dopiero w końcowej fazie, w latach 70. i 80., zezwolono na działalność tzw. firm polonijnych i spółek joint venture. W latach 1989–2003 zarejestrowano ponad 48 tys. firm z udziałem zagranicznym, z czego na koniec tego okresu funkcjonowało ok. 15 tysięcy.

Mimo że firmy z udziałem zagranicznym stanowią tylko ok. 1% całej populacji przedsiębiorstw, ich rola w gospodarce jest niewspółmiernie duża. W wyniku transformacji ustrojowej Polska znalazła się w ścisłej czołówce krajów świata, o najwyższym udziale sektora kontrolowanego przez kapitał zagraniczny w gospodarce. Szerzej piszemy o tym w rozdziale VI.

3. Istota przedsiębiorczości – najważniejsze pytania, otwarte kwestie

W okresie ostatnich kilkudziesięciu lat nastąpił dynamiczny rozwój badań nad przedsiębiorczością. Nauka o przedsiębiorczości uzyskała status odrębnej subdyscypliny nauk o zarządzaniu. Równoległe problematyka ta jest szeroko podejmowana na gruncie innych dyscyplin nauk społecznych: ekonomii, socjologii, psychologii, geografii i historii.

Mimo ewidentnego postępu w rozpoznaniu najważniejszych zjawisk towarzyszących aktywności przedsiębiorczej, wiele fundamentalnych kwestii pozostaje nierozstrzygniętych, a główne pojęcia są definiowane w niejednolity sposób. Można by to potraktować jako przejaw akademickich sporów, które występują zresztą w innych dyscyplinach, gdyby nie negatywne konsekwencje, jeśli chodzi o jakość uzyskanych wyników prac badawczych i w efekcie możliwość ich wykorzystania dla celów polityki gospodarczej.

Poniżej prezentujemy sześć najważniejszych kwestii, wokół których koncentruje się spór na temat istoty przedsiębiorczości. Po zaprezentowaniu alternatywnych sposobów podejścia w literaturze przyjmujemy określone stanowisko. Jest to niezbędne dla spójności wywodu, prowadzonego w kolejnych rozdziałach, gdyż przyjęte ustalenia stanowią fundament całościowej koncepcji polityki przedsiębiorczości, zawartej w końcowym rozdziale.

- A.** Czy zjawisko przedsiębiorczości dotyczy tylko wyodrębnionego segmentu małych, dynamicznych i innowacyjnych firm, czy też całego sektora działalności gospodarczej prowadzonej na niewielką skalę (*small business*)?

Powyższy dylemat to główna oś sporu w dyskusji ma temat roli przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym na przełomie XX i XXI wieku. Nie byłoby w tym nic groźnego, gdyby tak istotne różnice ograniczały się jedynie do debat akademickich. To dualne podejście przekłada się jednak na sferę polityki gospodarczej, w przypadku której można mówić o dwóch odrębnych nurtach wspierania przedsiębiorczości: adresowanych do *small businessu* i „prawdziwych” przedsiębiorców. Głównym argumentem są zasadnicze różnice między zasadami funkcjonowania obydwu grup (tabela I.2).

Te dwa nurty występują także w badaniach naukowych. W każdym z nich stworzono odrębny aparat badawczy i metody statystycznego pomiaru. W przypadku sektora drobnej przedsiębiorczości posługujemy się generalnie kategorią małej i średniej firmy. W krajach Unii Europejskiej

Tabela I.2. Podstawowe różnice między sektorem drobnej przedsiębiorczości a sektorem firm innowacyjnych nastawionych na rozwój

	Drobna przedsiębiorczość (<i>small business</i>)	Segment firm innowacyjnych, nastawionych na dynamiczny rozwój
Sektory	Tradycyjne	Wszystkie, w tym bardzo nowoczesne
Zarządzanie	Jednoosobowo, rodzina	Najczęściej kilkusobowy zespół
Finansowanie	Przed wszystkim własne środki	Kredyt bankowy, <i>venture capital</i> , giełda
Dynamika wzrostu	Niska, charakterystyczna dla tradycyjnych gałęzi	Bardzo szybka
Strategia	Przetrwanie w długim okresie, zapewnienie środków dla utrzymania rodziny	Szybkie zdyskontowanie sukcesu, często sprzedaż firmy już na początkowym etapie działalności

Źródło: opracowanie własne.

przyjęty próg wielkości to 250 zatrudnionych⁵, z dalszym podziałem na firmy mikro, małe i średnie. Z kolei w Stanach Zjednoczonych dla potrzeb statystycznych i dla celów polityki gospodarczej stosuje się kategorię „małej firmy” (*small business*), ale tu próg wielkości jest znacznie wyższy, bo dla większości branż wynosi 500 zatrudnionych. Wspomniane kategorie służą do pomiaru roli tego sektora w gospodarce i do analizy trendów rozwojowych. Dopiero w ostatnich latach zostały podjęte próby statystycznego oszacowania segmentu „prawdziwej” przedsiębiorczości, czyli firm innowacyjnych, o wysokiej dynamice wzrostu i aktywnych na rynkach międzynarodowych. Omówimy je szerzej w rozdziale III.

Wspomniane zamieszanie dotyczące dualnego pojmowania przedsiębiorczości wynika także z kwestii językowych. W języku angielskim sytuacja jest łatwiejsza, bo występują dwa różne pojęcia: *entrepreneurship* i *small business*. W języku polskim takie rozróżnienie w zasadzie nie występuje. Podobne problemy językowe mają badacze w krajach należących do niemieckiej strefy językowej.

Współcześnie w gronie badaczy zaczyna dominować pogląd, że dychotomiczny podział na „prawdziwych” przedsiębiorców i właścicieli *small businessu* nie oddaje całej złożoności zjawiska przedsiębiorczości. Zwracają oni uwagę, że „próby odróżnienia przedsiębiorców od właścicieli małych firm lub klasyfikacja tych właścicieli w jakikolwiek inny sposób prowadzi do niepełnego obrazu przedsiębiorcy. Pełny portret musi uwzględniać, że przedsiębiorczość jest kontinuum i badaczom potrzebne są nowe pojęcia, by odróżnić jednostki objęte badaniem” (Carland i in., 2001, s. 75).

⁵ Bierze się także pod uwagę także inne kryteria, takie jak wartość aktywów i sumę bilansową, a także powiązania własnościowe między firmami.

Ten kierunek myślenia podejmiemy w końcowej części niniejszego rozdziału, definiując kategorię przedsiębiorczości ambitnej, do której zaliczymy wszystkie firmy, które mają ambicje rozwojowe, ale na miarę swoich możliwości i niekoniecznie opierając się na zaawansowanych technologiach.

B. Czy aktywność przedsiębiorcza dotyczy początkowej fazy rozwoju, czy też całego cyklu życia firmy?

Tradycja myślenia o przedsiębiorczości w kategoriach początkowej fazy działalności gospodarczej opiera się na dwóch fundamentach teoretycznych. Pierwszy wywodzi się z koncepcji Schumpeterowskiej „twórczej destrukcji”. To właśnie w początkowej fazie działalności nowego przedsiębiorstwa realizuje się akt przedsiębiorczy polegający na wdrożeniu innowacji. Potem następuje etap „normalnego” funkcjonowania, w ramach którego możemy obserwować pewien konserwatyzm w działaniu, związany z chęcią do zdyskontowania wcześniejszych nakładów inwestycyjnych, w tym na B+R. Wspomniany „taktyczny” konserwatyzm technologiczny nie jest do utrzymania na dłuższą metę, gdyż na rynku pojawiają się kolejni „twórcy destruktorzy”.

Drugi fundament teoretyczny, uzasadniający takie podejście, wiąże się z najbardziej rozpowszechnioną definicją przedsiębiorczości, upatrującą jej istotę w rozpoznawaniu, ocenie potencjału ekonomicznego, a następnie wykorzystaniu sposobności biznesowych (*business opportunities*)⁶. W myśl tego kierunku rozumowania właśnie dobre rozpoznanie i ocena sposobności stanowią klucz do osiągnięcia sukcesu w biznesie. Jest to zatem faza rozpoczęcia działalności i rozruchu nowej firmy. Na tym etapie ujawniają się szczególne predyspozycje przedsiębiorców, np. „spozstrzegawczość przedsiębiorcza” (*entrepreneurial alertness*), polegająca na umiejętności łatwego, intuicyjnego rozpoznania atrakcyjnych sposobności biznesowych, bez prowadzenia żmudnych, kosztownych analiz.

Przyjmując powyższe podejście, badacze, a także politycy, stają przed koniecznością ustalenia linii demarkacyjnej, rozdzielającej fazę przedsiębiorczą i „normalny” okres funkcjonowania firmy. Z pewnością nie może być nią moment zarejestrowania działalności gospodarczej, ponieważ chodzi także o skuteczne wykorzystanie rozpoznanych sposobności. Jak pokazuje doświadczenie, okres rozruchu jest szczególnie trudny dla początkującej firmy i to właśnie w tym czasie obserwujemy najwięcej przypadków

⁶ Angielski termin *business opportunity* jest trudny do przetłumaczenia na język polski. W polskiej literaturze przedmiotu stosowane są pojęcia okazja, szansa, sposobność. Za A. Kurczewską (Kurczewska, 2013) stosujemy termin „sposobność”.

przedwczesnego zakończenia działalności. Później szanse na przeżycie wydawnie rosną.

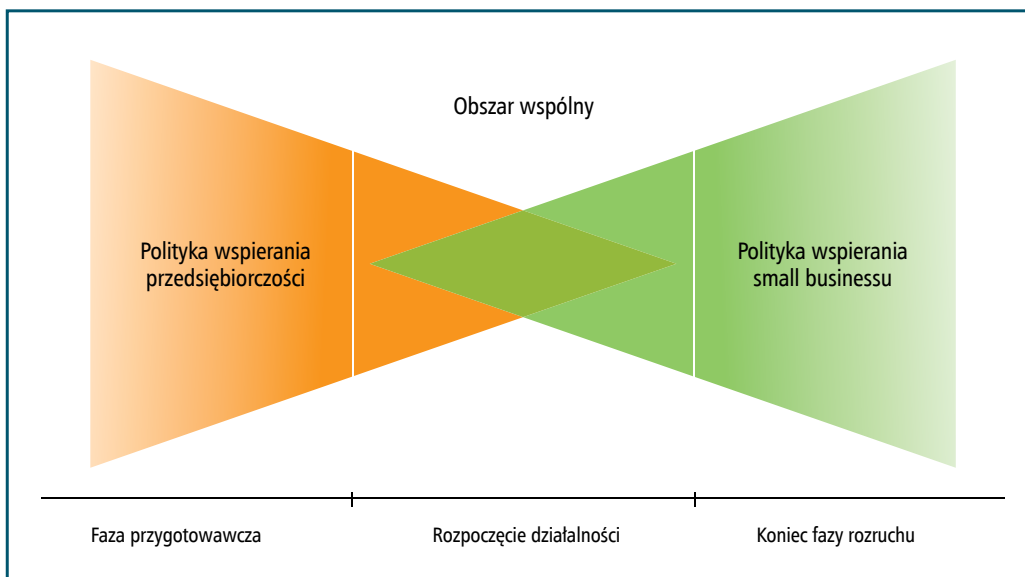
W praktyce badań naukowych i w systemach statystycznych przyjmuje się najczęściej, że faza przedsiębiorcza kończy się po 5–8 latach od rozpoczęcia działalności. Przykładowo, wprowadzone w 2007 r. standardy statystyczne OECD-Eurostat dla pomiaru zjawiska firm dynamicznych (o wysokim potencjale wzrostowym), wprowadzają definicję „gazeli”, a więc firmy, która spełnia przyjęte kryteria wysokiej dynamiki wzrostu już w ciągu pierwszych 5 lat funkcjonowania, przy czym rok rozpoczęcia działalności traktowany jest jako rok zerowy (OECD, 2013a).

Znacznie krótszy okres fazy przedsiębiorczej przyjęto w realizowanym od 1999 r. międzynarodowym projekcie badawczym Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Kategoria początkujących przedsiębiorców obejmuje osoby przygotowujące się do uruchomienia firmy oraz te, które prowadzą biznes, jednak nie dłużej niż 42 miesiące (3,5 roku) (Amoros i Bosma, 2014).

Próby wprowadzenia jednolitej linii demarkacyjnej budzą wiele wątpliwości. Inaczej niż w typowej działalności gospodarczej, gdzie przedsiębiorcy ruszają pełną parą zaraz po zarejestrowaniu działalności przedsiębiorcy technologiczni (high-tech) stosunkowo wcześniej dokonują niezbędnych czynności rejestracyjnych, po czym przez dłuższy okres bądź nie prowadzą działalności, bądź podejmują ją na ograniczoną skalę. Powodem tak wczesnej rejestracji jest potrzeba stworzenia ram formalno-prawnych dla przyciągnięcia zewnętrznych inwestorów (funduszy *venture capital*, aniołów biznesu). W efekcie firmy technologiczne przez długi czas pozostają „w blokach startowych” a tylko nielicznym udaje się pozyskać zewnętrznych inwestorów i przejść do fazy przyspieszonego rozwoju. Dla nich 5-letni okres na faktyczne dokonanie rozruchu jest zdecydowanie za krótki.

Koncepcja wyodrębnienia początkowej przedsiębiorczej fazy funkcjonowania firmy wiąże się ściśle z omówionym w punkcie A podziałem na „prawdziwych” przedsiębiorców i *small business*. Podział ten odgrywa istotną rolę w kształtowaniu teoretycznych podstaw polityki adresowanej do sektora przedsiębiorstw i leży u podstaw wyodrębnienia dwóch nurtów tej polityki w krajach wysoko rozwiniętych: wspierania przedsiębiorczości oraz wspierania *small businessu* (rysunek I.2).

W myśl tego podziału polityka przedsiębiorczości skupia się na tym, by jak najlepiej przygotować kandydatów na innowacyjnych, dynamicznych przedsiębiorców już na etapie koncepcyjnym, a następnie przeprowadzić ich przez najtrudniejszą fazę uruchomienia i rozruchu. Dalej młode firmy powinny radzić sobie same. Wdrażając różnorodne instrumenty tak zdefiniowanej polityki przedsiębiorczości, wyspecjalizowane agendy rządowe



Rysunek I.2. Polityka wspierania przedsiębiorczości i small businessu w cyklu życia firmy

Źródło: adaptacja własna ujęcia Lundstrom i Stevenson (2005, s. 55).

z oczywistych względów skupiają uwagę na kandydatach na przedsiębiorców i przedsięwzięciach biznesowych, rokujących nadzieję na szybki rozwój.

Z kolei polityka wspierania small businessu obejmuje wszystkie fazy rozwoju firmy, pod warunkiem, że zachowuje ona status MŚP. Wynika to z założenia fundamentalnej słabości tradycyjnego segmentu mniejszych podmiotów gospodarczych, niezależnie od tego, jak długo działają. Obszarem wspólnym dla obydwu polityk jest początkowy okres funkcjonowania firmy.

W dalszej części książki uznajemy, że chęć odniesienia sukcesu i „duch przedsiębiorczości” występują na wszystkich etapach rozwoju firmy. Jak pokazują najnowsze badania, które szczegółowo omawiamy w rozdziale IV, ambicje i plany rozwojowe mogą się ujawnić w dojrzałej fazie, nawet wtedy, gdy wcześniejsza dynamika wzrostu była stosunkowo niska.

C. Czy aktywność przedsiębiorcza jest integralnie związana z wdrażaniem innowacji, czy są to zjawiska niezależne od siebie?

Jak podkreślaliśmy wcześniej (podrozdział I.1), istotny paradygmat, akcentujący ścisły związek między przedsiębiorczością a innowacyjnością, sformułował nestor współczesnej nauki o przedsiębiorczości J. Schumpeter. W drugiej połowie XX w. prominentnym przedstawicielem tego sposobu myślenia był wybitny autorytet w dziedzinie nauk o zarządzaniu P. Drucker. Jego podejście ilustruje następujący cytat z wydanej w 1985 r. książki

Innowacja i przedsiębiorczość: „W Stanach Zjednoczonych, na przykład, przedsiębiorca bywa często definiowany jako ten, kto otwiera własną nową małą firmę. (...) Jednak nie każdy nowy mały biznes jest przedsiębiorczy bądź reprezentuje przedsiębiorczość. Na pewno mąż i żona, którzy otwierają kolejne delikatesy czy następną restaurację meksykańską na amerykańskim przedmieściu, podejmują ryzyko. Czy jednak są przedsiębiorcami? Robią tylko to, co wcześniej robiono już wiele razy. Spekulują na rosnącej popularności stołowania się poza domem w swojej okolicy, lecz nie tworzą ani nowego popytu konsumenckiego, ani sposobu jego zaspokojenia. Patrząc z tej perspektywy, z pewnością nie są przedsiębiorcami, mimo że ich przedsięwzięcie jest nowe”. W innym miejscu Drucker stwierdza: „Przedsiębiorcy wdrażają innowacje. Innowacja jest konkretnym narzędziem przedsiębiorczości” (Drucker, 1992, s. 34).

W podanym przykładzie P. Drucker odmawia małżeństwu restauratorów miana „prawdziwych” przedsiębiorców, gdyż nie są oni wystarczająco innowacyjni. Nic nie wiemy o szczegółach funkcjonowania wspomnianej restauracji. Możemy się jedynie domyślać, że właściciele zatrudniają pracowników, co automatycznie plasuje ich w dwóch górnych decylach podmiotów gospodarczych funkcjonujących w USA. Można także przypuszczać, że po to, by skutecznie konkurować na lokalnym rynku, wprowadzają na bieżąco udoskonalenia jeśli chodzi o sposoby przyrządzania potraw czy ich kompozycję. Stosując współczesną szeroką definicję innowacyjności (por. rozdział V), ich biznes można niewątpliwie określić jako innowacyjny, choć polega tylko na niewielkich usprawnieniach i adaptacji dostępnych rozwiązań.

W proponowanym w niniejszej pracy ujęciu nie utożsamiamy przedsiębiorczości z innowacyjnością, lecz traktujemy je jako odrębne, choć współzależne czynniki rozwoju przedsiębiorstw i gospodarki jako całości. Jeśli chodzi o poziom innowacyjności, wykorzystujemy podejście W. Baumola (2010), który proponuje podział przedsiębiorców na replikatywnych, którzy w zasadzie powielają dostępne praktyki działalności gospodarczej, oraz innowacyjnych. W tej drugiej grupie mieszczą się jednak zarówno ci, którzy wdrażają nowatorskie rozwiązania, jak i naśladowcy adaptujący istniejące produkty, procesy i rozwiązania organizacyjne do potrzeb danego rynku. W. Baumol wyraźnie stwierdza, że niesłuszny jest pogląd, iż proces imitacji nie ma istotnych atrybutów innowacyjności, wskazując, że w wielu wypadkach pozytywne efekty usprawnień wprowadzonych przez naśladowców odegrały znacznie większą rolę w rozwoju najważniejszych gałęzi gospodarki niż oryginalne wdrożenie.

W nawiązaniu do diskutowanego wcześniej dychotomicznego podziału na drobną (*small business*) i „prawdziwą” przedsiębiorczość, tak jak w przypadku innowacji, ambicje przedsiębiorcze także występują z różnym

natężeniem. W efekcie wysokie ambicje rozwojowe mogą łączyć się z umiarkowanym poziomem innowacji i *vice versa*. W zależności od konkretnej sytuacji siłą motoryczną mogą być innowacje bądź ambicje przedsiębiorcze; zdarza się też, że ich rola jest równorzędna.

Propozycję segmentacji podmiotów gospodarczych według poziomu innowacyjności i ambicji rozwojowych ilustruje rysunek I.3. I tak, segment A obejmuje generalnie tradycyjną „drobną przedsiębiorczość”, czyli niewielkie firmy, replikujące powszechnie znane metody prowadzenia biznesu. Jeśli pojawiają się przedsiębiorcy o chociażby umiarkowanych ambicjach rozwojowych, to, realnie rzecz biorąc, muszą oni wdrażać innowacje, przynajmniej te o charakterze imitacyjnym (B). Z kolei grupa C to przedsiębiorcy dążący do bardzo dynamicznego rozwoju, ale realizowanego na bazie strategii imitacyjnej.

Firmy w segmencie D łączą zaawansowaną technologię z umiarkowaną dynamiką rozwoju. Zaliczamy do nich firmy high-tech, które mają co prawda nowatorskie rozwiązania, ale nie są one wdrażane na szeroką skalę, ze względu na brak środków finansowych czy odpowiedniego zaplecza technicznego bądź brak motywacji założycieli do rozwijania biznesu.

Połączenie zaawansowanych (często przełomowych) technologii ze śmiałymi planami działania na wielką skalę to domena elitarnej grupy firm high-tech (E). Analiza historii firm, które odniosły spektakularne sukcesy (Microsoft, Apple, Dell, Google) wskazuje, że wspomniane czynniki miały różną siłę oddziaływania na poszczególnych etapach rozwoju firmy, a także że dużą rolę odegrały przypadek i przysłowiowy łut szczęścia.

		Poziom ambicji rozwojowych		
		Brak ambicji	Umiarkowane	Wysokie
Prosta replikacja		A. Tradycyjny small business		
Wdrożenia o charakterze innowacyjnym	Adaptacja/ imitacja		B. Przedsiębiorcy planujący umiarkowany wzrost z wykorzystaniem technologii dostępnych na rynku	C. Przedsiębiorcy stawiający na bardzo szybki rozwój poprzez adaptację dostępnych rozwiązań
	Oryginalne wdrożenia		D. Twórcy nowych technologii dążący do komercjalizacji w warunkach ograniczonej skali działania	E. Przedsiębiorcy high tech planujący podbój globalnego rynku

Rysunek I.3. Segmentacja podmiotów gospodarczych według poziomu innowacji i ambicji rozwojowych

Źródło: opracowanie własne.

D. Przedsiębiorczość a zarządzanie: konflikt czy synergia?

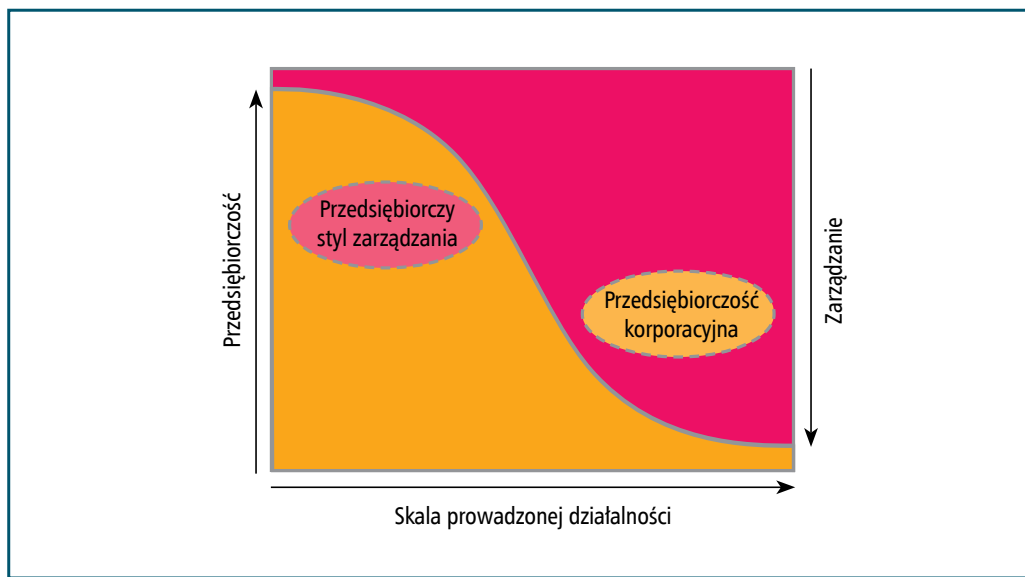
Koncepcja przechodzenia gospodarek krajów najwyżej rozwiniętych, od modelu korporacyjnego (*managed economy*) do modelu przedsiębiorczego (*entrepreneurial economy*) (por. podrozdział I.1) akcentowała różnice w podejściu do zarządzania między obydwoima modelami. Oto nowoczesne rozwiązania organizacyjne stosowane w wielkich koncernach okazały się nieskuteczne w procesie wdrażania przełomowych innowacji. Jako remedium pojawiły się młode innowacyjne start-upy, działające intuicyjnie i żywiołowo, naruszając tym samym podstawowe reguły profesjonalnego zarządzania.

W rzeczywistości jednak rola zarządzania w podnoszeniu efektywności gospodarowania jest ogromna, a wielkie globalne koncerny są niekwestionowanym liderem we wdrażaniu innowacji, nie tylko technologicznych, lecz także organizacyjnych i marketingowych. W praktyce w obydwu światach – przedsiębiorczym i korporacyjnym – poszukuje się możliwości synergii przedsiębiorczego ducha i sprawnych struktur zarządzania na kolejnych etapach rozwoju firmy. Możemy tu mówić o dwóch „silnikach” rozwoju firmy (rysunek I.4).

Nie ulega wątpliwości, że skuteczny przedsiębiorca musi być także sprawnym menedżerem, a umiejętności w tej dziedzinie stanowią istotny element tzw. kompetencji przedsiębiorczych (Glinka i Gudkova, 2011). Potrzeby w tej dziedzinie pojawiają się po zakończeniu fazy rozruchu, przy próbie wejścia na trajektorię przyspieszonego wzrostu. To, że tak niewielu przedsiębiorcom się to udaje, wynika właśnie z braku umiejętności w zarządzaniu. Właściciele nie chcą porzucić nawyków prowadzenia firmy, powstałych w początkowym etapie i na przykład niechętnie delegują uprawnienia decyzyjne kierownikom niższego szczebla. W przypadku firm rodzinnych w grę wchodzi także obawa przed zatrudnianiem pracowników spoza kręgu rodziny, nie mówiąc już o włączeniu osób z zewnątrz do zarządu.

W warunkach funkcjonowania małej i średniej firmy efekt synergii daje się osiągnąć, wdrażając tzw. przedsiębiorczy styl zarządzania (Wickham, 2004; Cieślik, 2010). Jego główne elementy to:

- ➔ Ciągłe poszukiwanie nowych sposobności rozwoju biznesu. Przedsiębiorcy realizują przyjęty profil działania, ale równolegle są otwarci na nowe możliwości, nawet jeśli znajdują się one poza obszarem bieżącej działalności.
- ➔ Kształtowane umiejętności działania w warunkach szybkich zmian wewnątrz firmy i w jej otoczeniu. Chodzi tu o zachowanie elastyczności tworzących się struktur organizacyjnych, by móc szybko reagować na impulsy zewnętrzne.



Rysunek I.4. Przedsiębiorczość a zarządzanie

Źródło: opracowanie własne.

- ➔ Podejście holistyczne (całościowe) do biznesu. Właściciel (właściciele) oraz ścisła kadra kierownicza starają się widzieć firmę jako całość, dostrzegając wzajemne powiązania między różnymi obszarami funkcjonalnymi, starając się uchwycić synergię, ale także zagrożenia.
- ➔ Istotna rola właścicieli w procesie podejmowania decyzji. Z tego względu wszelkie działania usprawniające zarządzanie powinny być inicjowane przez właścicieli.

Jeśli natomiast chodzi o wielkie korporacje, przy dużej skali działania pojawia się także możliwość włączenia dodatkowego „przedsiębiorczego silnika”, czyli tworzenia enklaw „przedsiębiorczości korporacyjnej”. Ten szczególny typ przedsiębiorczości omawiamy szerzej w podrozdziale II.3.3. Powyższe argumenty wskazują na szeroki zakres synergii między przedsiębiorczością a zarządzaniem i takie podejście stosujemy w niniejszej pracy⁷.

Na gruncie teorii przedsiębiorczości i zarządzania istotna różnica dotyczy sposobu traktowania przedsiębiorstwa. W pierwszym przypadku przedsiębiorstwo jest traktowane jako instrument, nadrzędnie do osiągnięcia celów przedsiębiorcy. W nauce o zarządzaniu, a także w teorii ekonomii przedsiębiorstwo

⁷ Synergiczne relacje między przedsiębiorczością i zarządzaniem znajdują odzwierciedlenie w sferze badań naukowych, a także w dydaktyce. Badacze przedsiębiorczości i autorzy podręczników akademickich łączą zazwyczaj obydwie dziedziny: przedsiębiorczość i zarządzanie małą firmą. Przykładowo czołowa polska publikacja naukowa poświęcona problematyce przedsiębiorczości nosi tytuł *Ekonomika i zarządzanie małą firmą* (Piasecki, 2001).

to podstawowa instytucja w systemie gospodarki rynkowej, w której ścierają się różne grupy interesariuszy, w tym właściciele, kadra kierownicza i załoga⁸.

E. Czy sukces przedsiębiorczy jest wynikiem cech naturalnych (wrodzonych), czy też umiejętności przedsiębiorcze mogą być kształtowane, np. poprzez szkolenia, doradztwo czy mentoring?

Pytanie dotyczy jednego z najważniejszych kierunków badań nad przedsiębiorczością, realizowanych z dużym nasileniem od lat 40. ubiegłego wieku. Chodziło o ustalenie, czy i jakie naturalne cechy i predyspozycje decydują o biznesowym sukcesie. Tego typu ustalenia są ważne zwłaszcza dla kandydatów na przedsiębiorców. Osoby, u których nie zidentyfikowano przedsiębiorczych predyspozycji, powinny ponownie przemyśleć decyzję o założeniu własnej firmy. Jednocześnie skupienie instrumentów wsparcia na przedsiębiorcach i kandydatach na przedsiębiorców, gdzie naturalne predyspozycje występują, mogłoby znacznie zwiększyć skuteczność takiej pomocy.

Niestety, po kilkudziesięciu latach intensywnych poszukiwań, badaczom nie udało się ustalić ani listy takich istotnych cech, ani też potwierdzić, które z nich mają wpływ na efekty prowadzenia działalności gospodarczej. Jak podsumował w końcu lat 80. czołowy amerykański badacz przedsiębiorczości W.B. Gartner: „Sądzę, że skupienie uwagi na naturalnych cechach osobowych nie doprowadzi nas do sformułowania definicji przedsiębiorczości ani nie pomoże w zrozumieniu fenomenu przedsiębiorczości” (Gartner, 1989, s. 48). W ostatnich kilku latach obserwujemy jednak częściowy nawrót zainteresowania tym nurtem badań oraz uznanie, że cechy naturalne trzeba uwzględniać w analizie procesu tworzenia i rozwoju nowych firm⁹.

W podejściu proponowanym w niniejszej pracy przypisujemy dużą wagę do szczególnej cechy, a mianowicie ambicji do rozwijania własnego biznesu (Stam i in., 2012). Należy podkreślić, że taka ambicja bardzo często występuje łącznie z innymi cechami wyróżniającymi skutecznych przedsiębiorców, takimi jak: motywacja osiągnięć, pasja w działaniu, proaktywność, wytrwałość i upór w dążeniu do celu (Glinka i Gudkova, 2011, s. 124–127).

Uważamy, że jeśli przedsiębiorca czy kandydat na przedsiębiorcę wykazuje ambicję i determinację, inne niezbędne cechy, predyspozycje, umiejętności i kwalifikacje można rozwinąć poprzez programy edukacyjne, szkoleniowo-doradcze oraz mentoring. Nagromadzone w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat w wielu krajach doświadczenia we wdrażaniu tego

⁸ Szerzej na temat miejsca przedsiębiorstwa w teorii ekonomii i zarządzania zob. Gruszecki (2002) i Noga (2009).

⁹ Nawet pobieżna prezentacja najnowszych kierunków i wyników badań nad cechami osobowości przedsiębiorców wykracza poza ramy niniejszej pracy. Czytelników zainteresowanych psychologicznymi aspektami przedsiębiorczości odsyłamy do pracy Baum i in. (2007).

typu programów wskazują na ich skuteczność, jeśli chodzi o sprawne przeprowadzenie rozruchu i dalsze funkcjonowanie młodych firm.

Nieuzasadnione są jednak oczekiwania, że dzięki temu uda się wykreować przedsiębiorców z najwyższej półki, na miarę Apple czy Google. Tu bowiem dają o sobie znać szczególne talenty i predyspozycje wybitnych przedsiębiorców, jak również inne nieprzewidywalne czynniki, jak przysłowiowy łut szczęścia.

F. Czy zjawisko przedsiębiorczości dotyczy wyłącznie sfery gospodarki, czy może być obecne także w innych sferach życia społecznego?

Jak wspominaliśmy w podrozdziale I.1, zwłaszcza po roku 2000, rosnącą popularność zdobył pogląd, że postawy przedsiębiorcze powinny być promowane we wszystkich dziedzinach życia społecznego, a nie tylko w gospodarce. Okazuje się, że takie cechy i umiejętności jak kreatywność, proaktywność, innowacyjność, skłonność do ryzyka, przywództwo, praca w zespole czy odpowiedzialność za innych, są bardzo przydatne w działalności akademickiej, w kulturze i sztuce, w organizacjach społecznych i w administracji. Różnorodne przejawy przedsiębiorczości pozagospodarczej prezentujemy w podrozdziale II.4.

Zgadzając się z potrzebą promowania postaw i przedsiębiorczych metod działania, w innych niż gospodarka sferach życia społecznego, trzeba przestrzec przed nadmiernym optymizmem w tej dziedzinie. Z pewnością nie można traktować aktywności przedsiębiorczej jako panaceum na mankamenty funkcjonowania różnych sfer życia społecznego. Upowszechnienie zasad przedsiębiorczego działania może co najwyżej wspomagać zmiany w zasadach funkcjonowania instytucji niegospodarczych, z uwzględnieniem specyfiki zadań, jakie realizują. Natomiast przedsiębiorczość jako taka jest i pozostanie domeną gospodarki.

4. Przedsiębiorczość ambitna

We wcześniejszych rozważaniach (podrozdział I.3.A.) wskazywaliśmy, że dychotomiczny podział na przedsiębiorców „nowej generacji”, kojarzonych z gospodarką opartą na wiedzy, i tradycyjny *small business* nie oddaje współczesnych realiów życia gospodarczego. Jest też mało przydatny dla prowadzenia aktywnej polityki przedsiębiorczości. W literaturze przedmiotu coraz powszechniej przedstawiany jest pogląd o potrzebie uwzględnienia w analizie naukowej, ale także w polityce, ambitnego segmentu drobnej przedsiębiorczości

(small businessu). Przykładowo, autorzy wiodącego na rynku amerykańskim podręcznika przedsiębiorczości argumentują, że „można być właścicielem małej firmy i jednocześnie osobą przedsiębiorczą” (Longenecker i in., 2011, s. 5–6). Charakterystyczny jest tytuł innego czołowego podręcznika *Entrepreneurial small business (Przedsiębiorczy small business)* (Katz i Green, 2011). Adresowany jest on do tych kandydatów na przedsiębiorców, którzy zamierzają uruchomić małą firmę, twórczo adaptując rozwiązania dostępne na rynku, ale firmę zarządzaną nowocześnie, z ambicjami rozwoju.

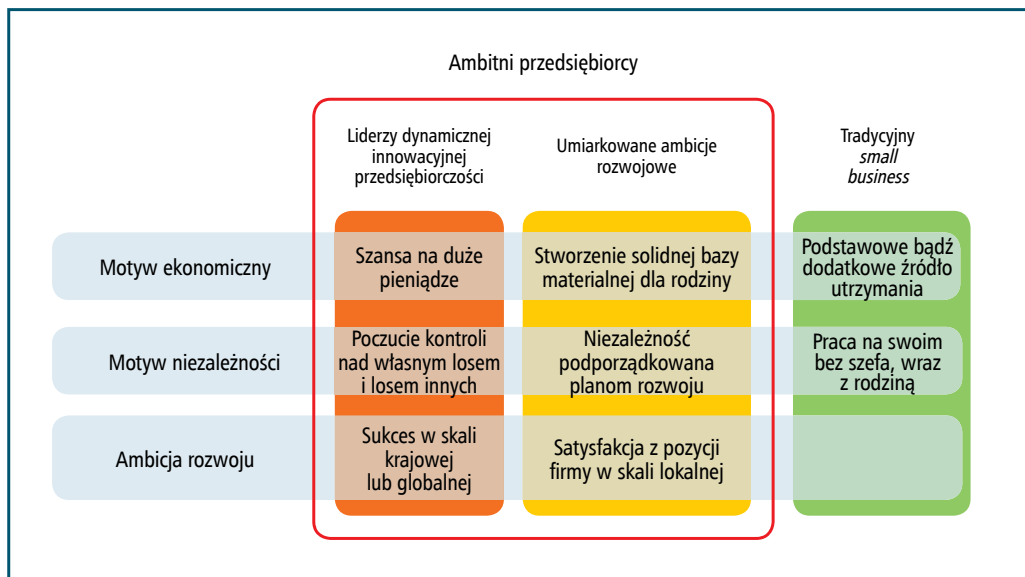
Wyjaśnijmy zjawisko ambitnej przedsiębiorczości, biorąc pod uwagę cele oraz specyfikę procesu zakładania i prowadzenia własnych firm. Z indywidualnej perspektywy przedsiębiorcy istotne są trzy główne motywy: ekonomiczny, dążenie do niezależności oraz ambicje rozwojowe (rysunek I.5).

Jeśli chodzi o motyw ekonomiczny, to w przypadku drobnych przedsiębiorców, prowadzących działalność na niewielką skalę, chodzi o zaspokojenie podstawowych potrzeb ekonomicznych, często w sytuacji przymusowej, wobec braku alternatywnych możliwości zarobkowania. Na drugim biegunie mamy dążenie do osiągnięcia spektakularnego sukcesu finansowego, np. przez wprowadzenie firmy na giełdę. W wariacie pośrednim ambitni właściciele mniejszych firm będą dążyli do stworzenia solidnych podstaw finansowych dla funkcjonowania rodziny w dłuższej perspektywie (środki na wykształcenie dzieci, zapewnienie godziwych warunków do życia na biznesowej emeryturze czy też stworzenie bazy kapitałowej dla inicjatyw przedsiębiorczych następnych pokoleń).

Motyw autonomii także występuje we wszystkich trzech grupach przedsiębiorców, ale z różnym nasileniem. Dla właścicieli small businessu liczy się fakt, że nie muszą wykonywać niczyich poleceń. Stąd w tej grupie występują częste przypadki rezygnacji z etatu na rzecz własnej firmy, kosztem obniżenia dochodów, tylko po to, by nie mieć nad sobą szefa. Samodzielna działalność daje także możliwość zaangażowania w firmie członków najbliższej rodziny, co dla wielu drobnych przedsiębiorców jest wartością samą w sobie.

W przypadku liderów dynamicznej, innowacyjnej przedsiębiorczości mamy do czynienia z silnym poczuciem kontroli nad własnym losem (*locus of control*), a w szerszym wymiarze decydowanie o losie innych – przewożenie dużym zespołom ludzkim, inspirowanie zmian mających wpływ na kształtowanie całej branży itp. W wariacie pośrednim przedsiębiorca będzie dążył do zachowania niezależności, ale będzie też skłonny poświęcić jej część po to, by osiągnąć inne ważne cele. Tak będzie w przypadku decyzji o przyjęciu nowych wspólników, wnoszących nowe środki finansowe i doświadczenie, gdy jest to niezbędne dla dalszego rozwoju firmy.

Motyw rozwoju własnej firmy w zasadzie nie występuje w tradycyjnym small businessie. W pozostałych dwóch grupach, a więc liderów dynamicznych, innowacyjnych firm i zorientowanych na umiarkowany rozwój



Rysunek I.5. Motywy ambitnych przedsiębiorców i tradycyjnego *small businessu*

Źródło: opracowanie własne.

przedsiębiorców, mamy do czynienia z zasadniczą różnicą siły jego oddziaływania. Ci ostatni będą odczuwali satysfakcję ze zbudowania firmy, która ma duży wkład w rozwój społeczności lokalnych, będąc na przykład czołowym pracodawcą w gminie czy w powiecie. Z kolei dla współczesnych „twórczych destruktorów” będzie to chęć dokonania czegoś znaczącego, przełomowego. Miernikiem sukcesu może być skala prowadzonej działalności i/lub przywództwo technologiczne, w wymiarze jeśli nie globalnym, to przynajmniej regionalnym.

Koncepcja ambitnej przedsiębiorczości odzwierciedla także najnowsze tendencje w procesie zakładania nowych firm. W myśl klasycznej definicji z końca ubiegłego wieku przedsiębiorczość polega na identyfikacji i wykorzystaniu sposobności (szans) biznesowych bez względu na zasoby, jakimi dysponuje przedsiębiorca (Stevenson i Jarillo, 1990). Tym, co popycha przedsiębiorcę do działania, jest swoista obsesja na punkcie wykorzystania pojawiającej się szansy na biznesowy sukces. By ją wykorzystać, musi on zgromadzić niezbędne zasoby (finansowe, kadrowe, rzeczowe), którymi nie dysponuje w momencie podjęcia decyzji. Tu właśnie mamy podstawową różnicę między „prawdziwym” a drobnym przedsiębiorcą – ten ostatni podejmuje decyzje przez pryzmat posiadanych, najczęściej bardzo ograniczonych, zasobów.

Tymczasem najnowsze badania pokazują, że proces decyzyjny zakładania nowych firm przez przedsiębiorców mających ambicje rozwojowe nie polega na „obsesyjnym” dążeniu do osiągnięcia biznesowego sukcesu,

zgodnie z przytoczoną wyżej definicją. Próby wyjaśnienia współczesnych tendencji doprowadziły do sformułowania dwóch, zbliżonych do siebie koncepcji: efektuacji (*effectuation*) autorstwa S. Sarasvathy (2001), a także interaktywnego start-upu (*lean start-up*) – E. Riesa (2012) oraz S. Blanka (2013).

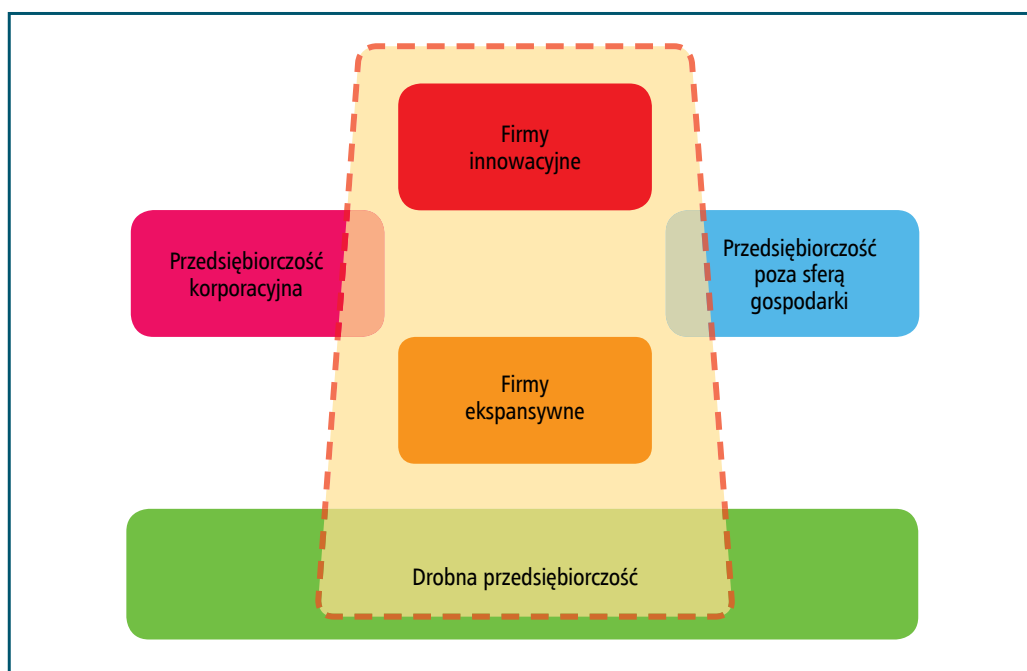
Według teorii efektuacji S. Sarasvathy przedsiębiorca rozpoczynający działalność bazuje na swoich mocnych stronach (wiedzy, doświadczeniu, kontaktach) i możliwościach finansowych. Nie myśli o przyszłych zyskach, ale stara się, by potencjalne straty były ograniczone, a ich ewentualne pokrycie mieściło się w jego możliwościach finansowych. W celu minimalizacji ryzyka wchodzi w relacje partnerskie z innymi uczestnikami rynku. Stara się działać elastycznie, stopniowo pokonując kolejne etapy, jednak cały czas kontrolując rozwój firmy.

Z kolei koncepcja interaktywnego start-upu E. Riesa i S. Blanka bazuje na wieloletnich doświadczeniach autorów w zakładaniu firm high w branży informatycznej. Podważają oni celowość opracowania szczegółowego biznesplanu. Mając wstępną koncepcję produktu (wyrobu bądź usługi), przedsiębiorca natychmiast wychodzi z takim pomysłem do potencjalnych odbiorców, wysłuchuje ich opinii i wprowadza usprawnienia. Proces ten przebiega w sposób iteracyjny (cykliczny), by po kilku rundach sprzedaż dopracowanego produktu mogła ruszyć pełną parą.

W obu koncepcjach ambitny przedsiębiorca jawi się jako osoba pragmatyczna, trzeźwo stąpająca po ziemi. Ważną rolę odgrywają, już we wstępnej fazie prowadzenia biznesu, powiązania kooperacyjne z klientami i kontrahentami. Podejście kooperacyjne zdecydowanie przeważa nad rywalizacyjnym. Prowadzone przez wspomnianych autorów obserwacje, a także wyniki innych badań, potwierdzają skuteczność takiej filozofii działania i zmniejszają ryzyko bankructwa.

W niniejszej książce stosujemy pojęcie ambitnej przedsiębiorczości, nie zawężając tej kategorii jedynie do przedsiębiorców zaawansowanych technologii i/lub tych nastawionych na bardzo szybki rozwój. Według E. Stama i in. (2012) „Ambitny przedsiębiorca to osoba, która angażuje się w proces przedsiębiorczy w celu wytworzenia tak dużej wartości, jak to jest możliwe” (s. 26). Podobne ujęcie proponują G. Lichtenstein i T. Lyons (2010), definiujący przedsiębiorcę jako osobę, która „próbuje przesunąć się do wyższego szczebla na »drabinie rozwojowej«, w porównaniu do szczebla, w którym znajduje się obecnie” (s. 165–166). Dla przedsiębiorców o ograniczonych zasobach i działających na lokalnym rynku postulat wytwarzania maksymalnej wartości będzie oznaczał zwiększenie sprzedaży i zatrudnienie kilku dodatkowych pracowników. Istotne jest, że ambicja stworzenia „czegoś większego” popycha przedsiębiorców do dalszego rozwoju także wtedy, gdyż osiągnięte dochody umożliwiają w pełni zaspokojenie ekonomicznych potrzeb przedsiębiorcy i jego rodziny.

Zakres ambitnej przedsiębiorczości ilustruje rysunek I.6. W ramach tej kategorii uwzględniamy zarówno ambitny segment small businessu, jak i wszystkie przejawy przedsiębiorczości „nowej generacji” omawiane w podrozdziale 3.1. (rysunek I.1). Co do zasady przyjmujemy, że procesy przedsiębiorcze realizują się w sferze gospodarki. Metody przedsiębiorczego działania mogą być jednak z powodzeniem stosowane poza gospodarką, przyczyniając się do zwiększenia efektywności w takich dziedzinach jak szkolnictwo wyższe, kultura i sztuka, działalność organizacji społecznych i instytucji publicznych.



Rysunek I.6. Ambitny segment przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

Kategoria ambitnej przedsiębiorczości to nie tylko teoretyczna konstrukcja, pozwalająca badaczom na uporządkowanie aparatu pojęciowego i wyjście poza dychotomiczny schemat: „prawdziwi” i drobni przedsiębiorcy. Może ona mieć istotne znaczenie dla sformułowania ogólnego kierunku polityki przedsiębiorczości. W proponowanym ujęciu głównym celem tej polityki powinien być rozwój ambitnego segmentu sektora przedsiębiorstw. Pogląd ten rozwiniemy szerzej w rozdziale VII.



Rozdział

II

Oblicza przedsiębiorczości



1. Wprowadzenie

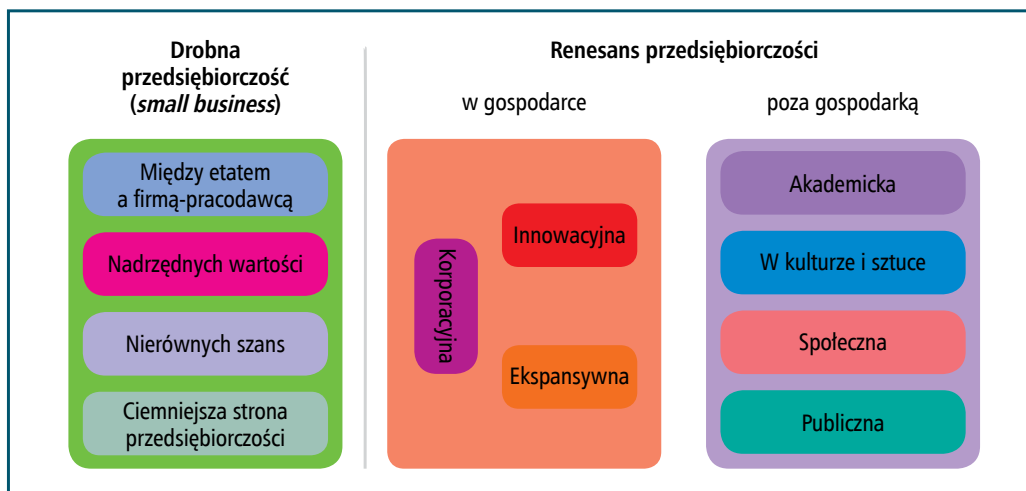
Istotą przedsiębiorczości, jako zjawiska społeczno-gospodarczego, jest jej immanentna różnorodność, co stwarza nie lada wyzwanie dla badaczy. Z kolei dla polityków rozpoznanie wewnętrznego zróżnicowania przedsiębiorstw i ich właścicieli jest niezbędne, by za pomocą rozmaitych instrumentów wpływać na tempo i kierunki rozwoju sektora przedsiębiorstw.

W badaniach i w sferze polityki gospodarczej podstawowym kryterium segmentacji sektora przedsiębiorstw jest skala działania. W krajach Unii Europejskiej podział na firmy mikro, małe, średnie i duże został sformalizowany w odpowiednich aktach prawnych i jest istotnym kryterium dostępu do pomocy publicznej. Natomiast w realizacji polityki przemysłowej (sektorowej) bierze się pod uwagę przynależność do określonej gałęzi gospodarki. Z kolei w polityce regionalnej decydują lokalizacja i zasięg terytorialny działalności firmy.

Do wspomnianych podziałów będziemy się odnosić w kolejnych rozdziałach książki. W niniejszym rozdziale przedstawimy różne oblicza przedsiębiorczości, a więc pewne szczególne cechy i przejawy, które mogą się ujawnić po części niezależnie od rozmiarów prowadzonej działalności. Ponadto jedno przedsięwzięcie biznesowe może mieć różne oblicza, które będą wywoływały różne skutki społeczne i gospodarcze, a tym samym reakcję władzy publicznej. Przykładowo: imigrantom z krajów słabo rozwiniętych podjęcie działalności gospodarczej może ułatwić asymilację w kraju przyjmującym. Czasami jednak taka działalność prowadzi do rozwoju nielegalnego handlu w relacji kraj macierzysty–kraj przyjmujący czy też niekontrolowanych przepływów finansowych. Jednocześnie, jak pokazują doświadczenia USA, znaczna część technologicznych start-upów jest zakładana właśnie przez wykształconych imigrantów, głównie z krajów azjatyckich. Na tę wielowymiarowość będziemy zwracali uwagę przy omawianiu kolejnych przejawów aktywności przedsiębiorczej.

Wobec różnorodności przedsiębiorczości, stanęliśmy przed trudnym wyborem, które z przejawów uwzględnić, a które pominąć. Postanowiliśmy się skupić na tych, które ze względu na skutki ekonomiczne i społeczne, wymagają, jeśli nie interwencji, to przynajmniej obserwacji przez władze publiczne.

Łącznie prezentujemy 24 oblicza przedsiębiorczości, które umownie dzielimy na trzy podstawowe grupy (rysunek II.1). Pierwsza to tradycyjny segment drobnej przedsiębiorczości (*small business*). Jeszcze kilkadziesiąt lat temu był on względnie jednorodny, teraz obserwujemy jego daleko



Rysunek II.1. Oblicza przedsiębiorczości

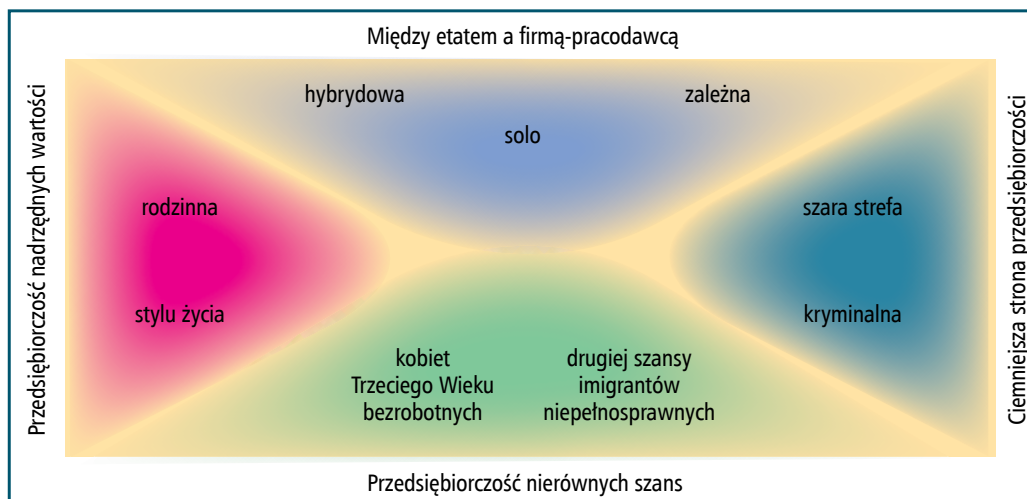
Źródło: opracowanie własne.

idące zróżnicowanie. W drugiej grupie prezentujemy przejawy aktywności, kojarzone z renesansem przedsiębiorczości na przełomie XX i XXI w. w gospodarce, a więc inicjatywy oparte na innowacjach oraz zorientowane na szybki rozwój. W trzeciej natomiast przedstawiamy przykłady stosowania przedsiębiorczego stylu działania poza sferą gospodarki.

Włączenie do analizy tak licznych przejawów przedsiębiorczości spowodowało, że w ramach niniejszego rozdziału możliwe było jedynie bardzo skrótkowe ich omówienie. Stanowiło to poważne wyzwanie, zwłaszcza jeżeli weźmie się od uwagę, że w literaturze naukowej poszczególnym rodzajom poświęcone są oddzielne publikacje książkowe oraz fachowe czasopisma. W niniejszej pracy ograniczamy się jedynie do syntetycznego przedstawienia istoty konkretnego rodzaju i pokazania jego miejsca na „mapie” przedsiębiorczości. Do wybranych przejawów przedsiębiorczości będziemy wracać w kolejnych rozdziałach, omawiając ich wpływ na zatrudnienie, innowacyjność czy też umiędzynarodowienie gospodarki.

2. Zróżnicowanie sektora drobnej przedsiębiorczości (small businessu)

Jakościowe zmiany, jakie wystąpiły w gospodarce w okresie ostatnich kilkudziesięciu lat spowodowały, że kategoria „small businessu” stała się zbyt ogólna dla prowadzenia aktywnej polityki przedsiębiorczości. Konieczne



Rysunek II.2. Zróżnicowanie sektora drobnej przedsiębiorczości (small businessu)

Źródło: opracowanie własne.

było „wejrzenie do środka” tego sektora i zidentyfikowanie pewnych przejawów aktywności przedsiębiorczej, istotnych z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego. Poniżej omawiamy 13 takich przejawów, podzielonych na cztery grupy (rysunek II.2). W pierwszej grupie uwzględniamy te, które mają charakter pośredni między klasycznym zatrudnieniem etatowym a sytuacją, gdy osoba prowadząca działalność gospodarczą staje się pracodawcą.

Potrzeba wyodrębnienia drugiej grupy wynika z już nagromadzonych doświadczeń na styku polityki przedsiębiorczości, polityki rynku pracy i polityki społecznej. Państwo dąży do wyrównania szans grup społecznych uznanych za słabsze, a wspieranie aktywności przedsiębiorczej jest tu ważnym instrumentem.

W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w niewielkim wymiarze bardzo często cel ekonomiczny nie jest jedynym ani nawet głównym motywem. Liczą się bowiem inne cele i wartości, uznawane niekiedy przez przedsiębiorcę za nadrzędne. Tak będzie w przypadku przedsiębiorczości rodzinnej oraz tzw. przedsiębiorczości „stylu życia”.

Generalnie polityka przedsiębiorczości polega na stymulowaniu pozytywnych zmian w sektorze przedsiębiorstw. Występują jednak sytuacje, kiedy działania przedsiębiorców przynoszą negatywne skutki dla gospodarki i społeczeństwa i są niezgodne z obowiązującym prawem. Państwo musi mieć skuteczne instrumenty przeciwdziałania takim negatywnym przejawom. By je skutecznie ograniczać, potrzebne jest dokładne rozpoznanie ciemniejszej strony przedsiębiorczości.

2.1. Między etatem a firmą-pracodawcą

■ Przedsiębiorcy solo

Pod tym pojęciem rozumiemy prowadzenie działalności gospodarczej bez zatrudnienia pracowników. Wobec istniejącego zamieszania pojęciowego wyjaśnijmy na wstępie podstawowe kategorie występujące w statystyce, w badaniach, a także w obiegu społecznym.

I tak, najbardziej podstawowa forma aktywności przedsiębiorczej – jednoosobowa działalność gospodarcza – sugeruje zaangażowanie wyłącznie właściciela. Tymczasem w ramach takiej formy przedsiębiorca może zatrudniać nawet kilkuset pracowników. Z kolei spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, której nazwa sugeruje większą skalę działalności, może funkcjonować bez pracowników. Nieporozumienia dotyczą także ważnej kategorii, jaką jest samozatrudnienie. W międzynarodowym systemie statystycznym aktywności ekonomicznej ludności OECD-Eurostat jej angielski odpowiednik *self-employment* oznacza prowadzenie działalności, zarówno bez pracowników, jak i z nimi. Tymczasem w potocznym obiegu, a także w analizach naukowych samozatrudnienie jest rozumiane jako aktywność bez pracowników (Kryńska, 2007).

W książce stosujemy konsekwentnie pojęcie przedsiębiorczości solo dla określenia działalności gospodarczej bez pracowników (*solo enterprises*), niezależnie od formy prawnej. Dodatkowo zajmujemy się dwoma specyficznymi podgrupami: przedsiębiorcami hybrydowymi (*hybrid*) i przedsiębiorcami zależnymi (*dependent*).

W tradycji badań nad przedsiębiorczością, ale także w polityce gospodarczej, segment solo był traktowany jako aktywność gospodarza „niższego rzędu” (quasi-przedsiębiorczość), do którego nie przywiązywano większej wagi. Jako ilustrację można podać fakt, że do niedawna podmioty gospodarcze bez pracowników nie były w ogóle uwzględniane w amerykańskich statystykach przedsiębiorczości. W ostatnich kilku latach obserwujemy zasadnicze przewartościowanie poglądów. Okazuje się bowiem, że nie tylko w krajach zacofanych, lecz także w tych najwyżej rozwiniętych, firmy bez pracowników stanowią ponad połowę wszystkich podmiotów gospodarczych. Co więcej, udział przedsiębiorców solo w całej populacji firm wykazuje wyraźną tendencję zwyżkową. Tak więc, bez głębszego rozpoznania segmentu przedsiębiorców solo nie sposób w pełni ocenić wpływu przedsiębiorczości na zatrudnienie w gospodarce narodowej. Zagadnienie to rozwijamy szerzej w rozdziale IV.

■ Przedsiębiorczość hybrydowa

Kategoria ta obejmuje przypadki, gdy inicjatywy przedsiębiorcze są podejmowane równolegle i w uzupełnieniu do zatrudnienia etatowego, traktowanego jako podstawowe. Jak pokazują statystyki aktywności ekonomicznej ludności, w krajach OECD „hybrydowcy” stanowią od kilkunastu do kilkudziesięciu procent wszystkich przedsiębiorców (Strohmeyer i Tonoyan, 2006). Badania prowadzone w Wielkiej Brytanii (Burke i in., 2008) wykazały nawet, że liczba przedsiębiorców hybrydowych była większa od liczby prowadzących działalność gospodarczą w czystej postaci. Według szacunków opartych na danych GUS polscy „hybrydowcy” stanowili ok. 20% wszystkich osób prowadzących działalność gospodarczą w Polsce w 2013 roku (por. podrozdział IV.5).

Bliższa analiza motywów podejmowania dodatkowej aktywności, poza podstawowym zatrudnieniem etatowym wskazuje, że nie zawsze muszą się one kojarzyć z przedsiębiorczością (Folta i in., 2010). Dla pewnej części funkcjonujących przedsiębiorców hybrydowych podstawowym celem jest uzyskanie dodatkowych dochodów¹. Dla innych, myślących o własnej firmie, jako docelowo wyłącznej formie aktywności, łączenie pracy etatowej z własnym biznesem „na boku” ma na celu ograniczenie ryzyka, a także utrzymanie stałego źródła finansowania w trudnej fazie rozruchu. W tym wariacie rezygnacja z etatu następuje dopiero wtedy, gdy szanse na powodzenie nowego przedsięwzięcia stają się bardzo realne.

Mimo wspomnianych zalet, hybrydowa ścieżka rozwijania własnej firmy ma także wady. Jak pokazują doświadczenia, faza uruchomienia biznesu wymaga olbrzymiego zaangażowania, także w wymiarze czasowym, co trudno pogodzić z intensywną pracą na etacie. Ponadto, w dobie Internetu, trudno oprzeć się pokusie prowadzenia w godzinach pracy korespondencji elektronicznej z „prywatnymi” klientami. Takie sytuacje nierzadko prowadzą do konfliktu interesu i naruszenia warunków umowy o pracę. Niezależnie od powyższych zastrzeżeń, przedsiębiorczość hybrydowa to ważna ścieżka do własnej działalności gospodarczej w pełnym wymiarze.

■ Przedsiębiorczość zależna

Przedsiębiorczość zależna to działalność gospodarcza prowadzona na rzecz wyłącznie jednego kontrahenta. W debacie publicznej prowadzonej w wielu krajach, w tym także w Polsce, uwaga skupia się na negatywnych

¹ Tradycyjnie dodatkowa działalność gospodarcza była podejmowana po zakończeniu pracy etatowej, czyli zazwyczaj w godzinach wieczornych, a nawet nocnych. Stąd stosowane dla tego typu sytuacji angielskie określenie *moonlighting*.

skutkach przedsiębiorczości zależnej i stąd powszechne są określenia takie jak „fikcyjna”, „fałszywa”, „pozorna” czy „wymuszona” (Kautonen, 2010). W takim ujęciu pracodawca wymusza na pracowniku przejście na fikcyjne samozatrudnienie², w celu ograniczenia kosztów pracy (zmniejszenie obciążeń z tytułu ZUS i podatków). Były pracownik traci ochronę na gruncie prawa pracy, chociaż zazwyczaj ma krótkookresowe korzyści finansowe.

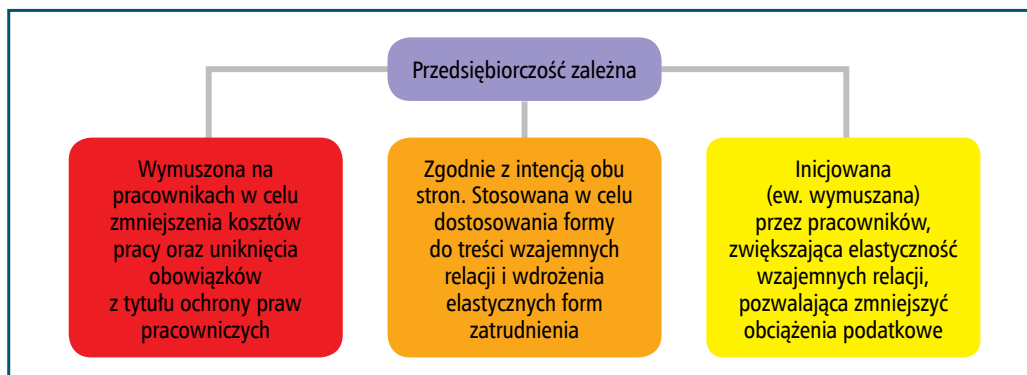
W ramach regulowania rynku pracy podejmowane są działania na rzecz ograniczenia wymuszonej przedsiębiorczości zależnej. Jeśli działalność gospodarcza ma charakter fikcyjny, a wzajemne relacje są typowe dla stosunku pracy, istnieje możliwość potraktowania tych relacji dla celów podatkowych, ubezpieczenia społecznego czy ochrony praw pracowniczych, jak gdyby były one oparte na umowie o pracę. Innym kierunkiem jest zrównanie obciążeń podatkowych i ZUS pracowników zaangażowanych na podstawie klasycznej umowy o pracę i przedsiębiorców zależnych.

Równocześnie w debacie publicznej bardzo mało uwagi poświęca się innym niż wymuszone przez pracodawcę rodzajom przedsiębiorczości zależnej (rysunek II.3). Po pierwsze pomija się charakterystyczne dla rozwiniętej gospodarki zjawisko „odwrotnego wymuszenia”, w przypadku którego to właśnie pracownik domaga się od pracodawcy, by ustalić wzajemne relacje jako formalnie niezależnej działalności gospodarczej. Dotyczy to przede wszystkim wysoko kwalifikowanych pracowników wiedzy. Cenią oni sobie formalną niezależność, a ponadto, przy wysokich zarobkach, ważnym argumentem są korzyści podatkowe. Pozyskanie tej grupy pracowników „na wyłączność”, na podstawie umowy o pracę, leży w interesie pracodawcy. Łączy się jednak ze wzrostem kosztu zatrudnienia, gdyż pracownicy wiedzy oczekują wysokiej rekompensaty z tytułu utraty samodzielności, a także korzyści podatkowych. W przypadku „odwrotnego wymuszenia” interwencja państwa polega na zamykaniu luk w przepisach podatkowych, pozwalających na uzyskiwanie korzyści uznawanych za społecznie nieuzasadnione.

Jak dotąd niedostateczną uwagę przywiązuje się do tych przejawów przedsiębiorczości zależnej, których wprowadzenie leży w obopólnym interesie pracodawcy i pracownika. Zmiany w sferze technologii i organizacji otworzyły szerokie możliwości dla tzw. elastycznych (niestandardowych) form zatrudnienia, takich jak outsourcing, zatrudnienie zadaniowe (do realizacji konkretnych projektów), na wezwanie, elastyczne godziny pracy, podział stanowisk pracy (*job sharing*) czy telepraca (PARP, 2010; Strońska, 2012).

Przynajmniej niektóre z nich, mimo że realizowane pod kontrolą i na ryzyko pracodawcy, istotnie zmieniają relację pracownik–pracodawca. Jeśli, przykładowo, informatyk pracuje głównie w domu w ramach realizowanych

² Tak w potocznym obiegu określa się wymuszony typ przedsiębiorczości zależnej, co dodatkowo zwiększa zamieszanie pojęciowe, na które zwracaliśmy wcześniej uwagę.



Rysunek II.3. Rodzaje przedsiębiorczości zależnej

Źródło: opracowanie własne.

nieregularnie projektów, to zarejestrowanie działalności gospodarczej pozwala mu zaliczyć do kosztów uzyskania przychodu część opłat z tytułu użytkowania lokalu czy też amortyzacji prywatnego komputera.

Przedstawione pokrótce zróżnicowane oblicze przedsiębiorczości zależnej stanowi nie lada wyzwanie w sferze polityki społeczno-gospodarczej. Przeciwdziałanie sytuacjom patologicznym nie może prowadzić do eliminacji tych form, które są korzystne dla gospodarki, dzięki upowszechnieniu nowoczesnych rozwiązań w sferze szeroko pojmowanej organizacji pracy. Punktem wyjścia dla bardziej wyważonej polityki powinno być lepsze rozpoznanie różnorodnych przejawów przedsiębiorczości zależnej.

2.2. Przedsiębiorczość nierównych szans

■ Przedsiębiorczość kobiet

Na potrzebę wspierania kobiet jako zdecydowanie słabszej grupy przedsiębiorców wskazują obiektywne tendencje. Kobiet-przedsiębiorców jest znacznie mniej niż mężczyzn: w europejskich krajach OECD udział ten waha się w granicach 20–35%, a średnia dla 27 krajów Unii Europejskiej kształtowała się w 2010 r. na poziomie 33% (w Polsce ok. 35%) (GUS BAEL, 2014). W ciągu ostatnich 10 lat wspomniane proporcje uległy poprawie, jednak zmiany były stosunkowo niewielkie (OECD, 2012).

Przyczyn niedostatecznej reprezentacji kobiet wśród przedsiębiorców upatruje się w pierwszej kolejności w czynnikach społeczno-kulturowych, a więc w tradycyjnym sposobie pojmowania miejsca kobiety w rodzinie i społeczeństwie. Mamy tu bowiem do czynienia ze zderzeniem dwóch stereotypów: prowadzenie biznesu to rola męska oraz, że kobiety nie mają predyspozycji do prowadzenia działalności gospodarczej, wymagającej zaawansowanej wiedzy technicznej.

Znaczenie wspomnianych czynników społeczno-kulturowych w krajach uprzemysłowionych straciło współcześnie na znaczeniu w sytuacji, gdy prowadzenie biznesu przez kobiety stało się zjawiskiem powszechnym. Jednocześnie prowadzone badania nie potwierdziły tezy o „ułamności” kobiecej przedsiębiorczości, ze względu na niechęć do ponoszenia ryzyka czy brak wiary we własne siły i możliwości. Sukcesy przedsiębiorczych kobiet są porównywalne z sukcesami mężczyzn w tej dziedzinie.

W sferze polityki społeczno-gospodarczej wspieranie przedsiębiorczości kobiet łączy dwa cele: wyrównywanie szans i zmniejszenie nierówności ze względu na płeć, a jednocześnie rozbudzenie niewykorzystanego potencjału przedsiębiorczości. Typowe formy to wprowadzenie minimalnych wskaźników procentowych udziału kobiet w programach pomocy dla początkujących przedsiębiorców. W niektórych krajach, zwłaszcza słabo rozwiniętych, wdrażane są programy wsparcia kierowane tylko do kobiet, np. kobiece inkubatory przedsiębiorczości. W tym nurcie mieszczą się także instrumenty skierowane do młodych przedsiębiorczyń, łączących prowadzenie firmy z obowiązkami rodzinnymi. Chodzi tu, przykładowo, o rozszerzenia uprawnień do świadczeń zdrowotnych w trakcie ciąży i urlopu macierzyńskiego.

W ostatnich latach obserwujemy bardziej wyważone stanowisko, dotyczące wspierania przedsiębiorczości kobiet. Jeśli chodzi o tradycyjny small business, to wydaje się, że nie ma tu potrzeby różnicowania instrumentów wsparcia ze względu na płeć przedsiębiorców bądź kandydatów na przedsiębiorców. W handlu detalicznym i usługach udział kobiet jest stosunkowo wysoki. Szczególnym wyzwaniem w sferze polityki jest natomiast zwiększenie udziału kobiet w nastawionym na większą skalę, ambitnym segmencie przedsiębiorczości, zwłaszcza w dziedzinie zaawansowanych technologii, gdzie kobiety są bardzo słabo reprezentowane. Jeśli weźmiemy pod uwagę tylko firmy zatrudniające pracowników, w krajach Unii Europejskiej w 2010 r. mniej niż jedna czwarta była prowadzona przez kobiety (OECD, 2013a). Dla Polski wskaźnik ten był jeszcze niższy i wynosił 21% (GUS, 2014). Ponadto kobiety w znacznie mniejszym stopniu niż mężczyźni angażują się w prowadzenie biznesu w przemyśle przetwórczym i, generalnie, w branżach kapitałochłonnych. Jeśli chodzi o praktyczne działania, doświadczenia krajów, które wdrożyły specjalne formy wsparcia, wskazują, że receptą na zbyt niski udział kobiet w obszarze zaawansowanych technologii jest zwiększenie liczby studentek na kierunkach ścisłych, co obserwujemy zresztą w Polsce. W środowisku przedsiębiorczych kobiet bardzo sprawdzają się inicjatywy sieciowe, pozwalające na wymianę doświadczeń i wzajemne wsparcie.

■ Przedsiębiorczość drugiej szansy

W krajach OECD, wśród firm-pracodawców „przeżywalność” po 5 latach prowadzenia działalności kształtuje się w granicach 40–60% (OECD, 2013a). W Polsce wskaźnik ten, dla firm utworzonych w roku 2007 wynosił 43%, a dla firm solo 31% (GUS 2014c, s. 92–93).

W efekcie mamy znaczącą grupę przedsiębiorców, którzy ponieśli biznesową porażkę. Jednak niektórzy z tych, którym się nie powiodło, wracają do biznesu i w drugiej czy kolejnej próbie odnoszą sukces. Co więcej, sukces ten zawdzięczają także wcześniejszym porażkom. Są bogatsi o nagromadzone doświadczenia i generalnie lepiej przygotowani do prowadzenia własnej firmy. To są właśnie przedsiębiorcy „drugiej szansy”.

Przypadki drugiej czy kolejnej szansy w biznesie występują na szeroką skalę w Stanach Zjednoczonych, gdzie panuje społeczna akceptacja i zrozumienie dla niepowodzeń w biznesie. W krajach europejskich postawy społeczne wobec „upadłych” przedsiębiorców są znacznie bardziej wstrzeмиęzliwe, a nawet niechętne, mimo że mniej niż 5% upadłości wynika z nadużyć. Oczywiście taka percepcja społeczna wpływa negatywnie na samoocenę przedsiębiorców oraz na ich skłonność do podejmowania kolejnych prób biznesowych.

Przekonanie o tym, że osoby, którym wcześniej nie powiodło się w biznesie stanowią niewykorzystany potencjał rozwoju przedsiębiorczości i że warto promować amerykańskie wzorce, legło u podstaw wdrożenia w krajach Unii Europejskiej selektywnych instrumentów wspierania przedsiębiorczości „drugiej szansy” (Komisja Europejska 2011). Do takich instrumentów należą ułatwienia w procedurze upadłościowej, by przedsiębiorca mógł szybko rozliczyć się z przeszłością i skupić na rozwijaniu nowej firmy. Prowadzone jest także fachowe doradztwo i mentoring, tak by przedsiębiorca szybko podniósł się z upadku, także w wymiarze psychologicznym. W mediach promuje się przypadki spektakularnego biznesowego sukcesu, poprzedzonego wcześniejszą porażką.

Jednak polityka wsparcia dla przedsiębiorców drugiej szansy musi być wyważona i selektywna. Dążąc do zmiany postaw społecznych wobec upadłości, nie możemy naruszyć delikatnej granicy, gdzie może to być traktowane jako usprawiedliwienie luźnego traktowania zobowiązań wobec wierzycieli. Trzeba także mieć na uwadze, że każda indywidualna porażka biznesowa rodzi pewne negatywne skutki społeczne. Lepiej, by było ich jak najmniej, a to można osiągnąć, dbając o dobre przygotowanie merytoryczne i niezbedne zaplecze finansowe kandydatów na przedsiębiorców.

■ Przedsiębiorczość Trzeciego Wieku

Przedłużenie długości życia i poprawa ogólnej zdrowotności społeczeństw krajów wysoko rozwiniętych spowodowały, że okres aktywności zawodowej ludności znacznie się wydłużył. Nierzadko ta aktywność jest kontynuowana po przejściu na emeryturę. Także dojrzały przedsiębiorcy w wieku emerytalnym nie rezygnują z prowadzenia firmy, nawet jeśli osiągnęli wysoki status materialny, a ich bieżące i przyszłe potrzeby materialne są w pełni zabezpieczone.

Wśród starszych przedsiębiorców mamy szczególną grupę tych, którzy całe życie byli pracownikami etatowymi, a dopiero po przejściu na emeryturę zdecydowali się na podjęcie własnej działalności gospodarczej. Motywy mogą być bardzo zróżnicowane: od chęci dorobienia do skromnej emerytury, po realizację ukrytych marzeń o własnym biznesie. W porównaniu do ludzi młodych, rozpoczynających karierę biznesową, atutami „przedsiębiorców-seniorów” są: nagromadzona wiedza, doświadczenie oraz kontakty. Trzeba jednak pamiętać, że bieżące prowadzenie firmy wymaga dużego wysiłku, a także umiejętności radzenia sobie ze stresem.

Z perspektywy makroekonomicznej wydłużenie okresu aktywności przedsiębiorców jest ze wszech miar korzystne i zasługujące na wsparcie. W krajach Unii Europejskiej (w tym także w Polsce) takie wsparcie jest realizowane w ramach szerszych programów zwiększenia aktywności zawodowej osób starszych. W Wielkiej Brytanii już w końcu lat 90. wdrożony został program *Inicjatywa PRIME* (Kautonen i in., 2008). Zachęca ludzi po 50. roku życia do uruchomienia własnego biznesu przez kampanie promocyjne, udzielanie pożyczek oraz doradztwo biznesowe. Podobny program „Solidarność Pokoleń 50+” uruchomiono w Polsce w 2008 roku. Tu wsparcie polegało głównie na preferencjach dla osób w starszym wieku przy ubieganiu się o pomoc w rozpoczęciu działalności gospodarczej. Jak pokazały badania przeprowadzone w Finlandii, ugruntowanie w społeczeństwie pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy Trzeciego Wieku odgrywa istotną rolę w podejmowaniu działalności gospodarczej przez osoby starsze (Kautonen i in., 2011).

Wspólnym elementem dotychczasowych działań wspierających było traktowanie „przedsiębiorców-seniorów” jako grupy słabszej, o nierównych szansach w biznesie. Brak jest natomiast instrumentów i działań, które koncentrowałyby się na atutach przedsiębiorców Trzeciego Wieku i wyzwalałyby ich potencjał wiedzy i doświadczenia. W tym kontekście potrzebne jest przewartościowanie myślenia o przedsiębiorczości zaawansowanych technologii jako wyłącznie domeny ludzi młodych. Przeciętny wiek założycieli firm high-tech w Stanach Zjednoczonych to bowiem 39 lat (Wadhwa i in., 2008). Pozytywne rezultaty w przedsięwzięciach high-tech daje

połączenie zapału i energii bardzo młodych innowatorów z doświadczonymi przedsiębiorcami w wieku dojrzałym, mających dobre kontakty w sektorze finansowym. Taka struktura zespołów założycielskich firm high-tech jest szczególnie ceniona przez fundusze kapitału wysokiego ryzyka.

■ Przedsiębiorczość imigrantów

Z aktywnością przedsiębiorczą imigrantów mamy do czynienia głównie w krajach wysoko rozwiniętych, przyciągających przedstawicieli ubogich narodów z Afryki, Ameryki Południowej czy Azji, skuszonych wizją lepszego życia.

Nowi przybysze mają na ogół małe szanse na zatrudnienie etatowe ze względu na brak znajomości języka, niedostateczne kwalifikacje bądź po prostu brak pozwolenia na pracę. Pozostaje wtedy praca „na czarno” bądź podjęcie własnej działalności gospodarczej. Dla najbardziej zaradnych ta druga opcja jest zdecydowanie bardziej korzystna. Nie bez znaczenia jest też możliwość włączenia się do społeczności lokalnych w kraju przyjmującym. Okazuje się, że rdzenni przedsiębiorcy wykazują większą skłonność do akceptowania przybyszów z zewnątrz niż pozostałe grupy społeczne.

W efekcie w rozwiniętych krajach OECD relatywny poziom aktywności przedsiębiorczej imigrantów jest nieco wyższy niż krajowców (OECD, 2010). Wyraźne jest tu zróżnicowanie według kraju pochodzenia. Większe skłonności do uruchomienia biznesu w kraju przyjmującym mają Azjaci, a w mniejszym stopniu imigranci z Ameryki Łacińskiej czy Afryki.

Polityka krajów przyjmujących wobec przedsiębiorczości imigrantów prowadzona jest w ramach szerszej polityki imigracyjnej, a także polityki społecznej. Generalnie uważa się, że taka aktywność sprzyja procesowi asymilacji, a co ważniejsze – zastrzyk przedsiębiorczego talentu z zewnątrz pozytywnie wpływa na rozwój gospodarczy. Stąd w niektórych krajach (np. w Szwecji czy USA) wprowadza się specjalne ułatwienia dla imigrantów – kandydatów na przedsiębiorców. Jak dotąd ci, którzy korzystają z takich ułatwień stanowią niewielki odsetek wszystkich imigrantów zakładających własne firmy. Bardziej efektywne okazało się szersze włączanie imigrantów do ogólnych programów wspierania przedsiębiorczości, a tylko w pewnych obszarach wdrażanie selektywnych instrumentów. Może to na przykład dotyczyć dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania, gdyż udzielenie kredytu przez instytucje finansowe dla początkującego przedsiębiorcy-imigranta jest postrzegane jako szczególnie ryzykowne.

W obszarze przedsiębiorczości imigrantów występują także zjawiska negatywne, z którymi zmagają się kraje o znaczącej populacji mniejszości etnicznych. W dużych aglomeracjach większość operacji biznesowych realizowana jest w ramach zamkniętych enklaw etnicznych. Stanowi to pożywkę

dla szarej strefy, a także dla przedsiębiorczości o charakterze kryminalnym. Niekorzystne są także przejawy nielegalnej przedsiębiorczości międzynarodowej na styku kraj macierzysty–kraj przyjmujący. Stąd ważne jest włączenie przedsiębiorców-imigrantów w lokalne inicjatywy typu stowarzyszenia, sieci, kluby przedsiębiorców, funkcjonujące ponad podziałami etnicznymi.

Po roku 2000 obserwujemy rosnące znaczenie imigrantów w sektorach zaawansowanych technologii. Przykładowo, według różnych szacunków przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych, od 15% do 26% wszystkich firm high-tech miało wśród założycieli przynajmniej jedną osobę urodzoną za granicą. W większości byli to Chińczycy i Hindusi (Wadhwa i in., 2007). Uważa się, nie bez racji, że wykształceni imigranci dodają szczególnego kolorytu i sprzyjają rozkwitowi kreatywności i innowacyjności w wielkich światowych metropoliach czy centrach technologicznych, takich jak Dolina Krzemowa.

Kraje wysoko rozwinięte, a zwłaszcza Stany Zjednoczone, generalnie wspierają wspomniane procesy, choć niekoniecznie przez sformalizowane programy. Zaczyna się to już na etapie wyławiania najlepszych zagranicznych studentów i doktorantów w dziedzinie nauk ścisłych i oferowania im zagranicznych stypendiów. Dalszym krokiem jest wprowadzenie ułatwień w zakresie pozwolenia na pracę, włączenie do realizacji projektów badawczych itp. Mamy tu zatem do czynienia z nowym wymiarem znanego już wcześniej drenażu mózgow (*brain drain*) z krajów mniej zaawansowanych. Te ostatnie próbują się temu przeciwstawić, oferując zachęty dla najlepszych fachowców do powrotu do kraju macierzystego. Pewne pozytywne skutki odnotowują w tej dziedzinie Chiny.

Jak dotąd w Polsce problem przedsiębiorczości imigrantów występuje w niewielkim zakresie. Mamy w kraju przykłady znaczących biznesowych sukcesów przybyszów z Azji, ale także, występujące w innych krajach, problemy związane z działalnością gospodarczą skupioną w etnicznych enklawach.

Wraz z postępującym rozwojem społeczno-gospodarczym Polska ma szansę być postrzegana jako kraj atrakcyjny do osiedlania się imigrantów ze sfer zarówno niższych, jak i osób wykształconych. Obserwacja tendencji w krajach najwyżej zaawansowanych może być pomocna w wypracowaniu skutecznych instrumentów polityki, maksymalizujących efekty oraz eliminujących potencjalne zagrożenia.

■ Przedsiębiorczość bezrobotnych

Aktywizacja przedsiębiorcza osób bezrobotnych to główny obszar oddziaływania państwa w ramach społecznego nurtu polityki przedsiębiorczości³.

³ Kwestię wykorzystania przedsiębiorczości jako instrumentu walki z bezrobociem omawiamy szerzej w rozdziałach IV i VII.

Stanowi ważny instrument tzw. aktywnej polityki rynku pracy – szerszego pakietu działań, ułatwiających bezrobotnym powrót do aktywności zawodowej.

Ten kierunek interwencji na rynku pracy uznawany jest przez polityków za szczególnie efektywny. Bezrobotni, którzy założą własne firmy, opuszczają kolejki po zasiłek dla bezrobotnych w urzędach pracy. Zaczynają uzyskiwać dochody, zapewniając utrzymanie rodzinie. Powyższa logika rozumowania dostarcza poważne argumenty przemawiające za uruchomieniem w wielu krajach, w tym także w Polsce, programów wspierania przedsiębiorczości, adresowanych do bezrobotnych. Pakiet zachęt obejmuje zazwyczaj szkolenie, opiekę fachowego doradcy, a także wsparcie finansowe na etapie rozruchu firmy.

W świetle doświadczeń zgromadzonych w krajach europejskich, które wdrożyły tego typu programy, w tym także w Polsce, wnioski są dalece niejednoznaczne. Na tle innych form aktywnej polityki rynku pracy te pobudzające aktywność przedsiębiorczą bezrobotnych prezentują się znacznie korzystniej (Coliendo i Kunn, 2011; Wiśniewski i in., 2011). Problemem jest natomiast wysoki koszt tej formy wsparcia w przeliczeniu na jednego bezrobotnego, którego udało się przekształcić w przedsiębiorcę⁴.

Nie negując potrzeby wykorzystania aktywności przedsiębiorczej jako instrumentu walki z bezrobociem, warto wskazać na mankamenty i zagrożenia w tej dziedzinie. Takim zagrożeniem jest niewątpliwie umacnianie w społecznej świadomości tradycyjnego wizerunku przedsiębiorczości, jako aktywności zawodowej „niższego rzędu”. Pozostaje to w sprzeczności z promowaniem przedsiębiorczości ambitnej, wymagającej wiedzy, kwalifikacji i doświadczenia, a także determinacji, tak potrzebnej w prowadzeniu biznesu. Do tej ważnej kwestii powrócimy w rozdziale VII.

■ Przedsiębiorczość osób niepełnosprawnych

W przypadku osób niepełnosprawnych palącym problemem społecznym jest niski poziom aktywności zawodowej tej grupy. Przykładowo w Polsce w 2011 r. współczynnik aktywności zawodowej dla całej populacji wynosił 56%, a dla osób niepełnosprawnych tylko 17% (GUS 2012, s. 29). Stąd w wielu krajach wprowadzane są różnorodne zachęty i ułatwienia dla pracodawców, by zatrudniali osoby niepełnosprawne.

⁴ Do oficjalnych ocen efektywności wspierania przedsiębiorczości bezrobotnych należy podchodzić ostrożnie, ze względu na przyjętą metodę oceny tej efektywności. W przypadku dotacji na uruchomienie działalności gospodarczej liczy się stan po 12 miesiącach od otrzymania dotacji. Jest to jednocześnie okres obowiązkowego prowadzenia firmy, by bezrobotny nie musiał zwracać dotacji. To wyjaśnia dlaczego tak wiele firm zakładanych przez bezrobotnych, kończy działalność po roku funkcjonowania.

Równoległe w opinii społecznej dominuje przekonanie, że niepełnosprawność stanowi poważną barierę w prowadzeniu działalności gospodarczej. Tymczasem, jak pokazują badania empiryczne w wielu krajach, proporcja: przedsiębiorcy–pracownicy najemni jest wyższa wśród osób niepełnosprawnych niż w całej populacji (Jones i Latreille, 2011; Pagan, 2009). Ma to miejsce także w Polsce. W roku 2011 udział przedsiębiorców wśród osób aktywnych zawodowo wynosił dla całej populacji 19%, a dla osób niepełnosprawnych 23% (GUS 2012, s. 29). Co więcej, poziom satysfakcji w grupie przedsiębiorców był znacznie wyższy niż wśród niepełnosprawnych pracowników najemnych (Pagan, 2009).

Jak wyjaśnić powyższe zjawiska? Przede wszystkim trzeba mieć na uwadze fakt, że różne rodzaje dolegliwości zdrowotnych w różnym stopniu wpływają na możliwość wykonywania pracy i szerzej aktywności zawodowej. Często ograniczeniem jest niemożność pracy w pełnym wymiarze bądź konieczność robienia przerw w pracy. W takim przypadku własna działalność gospodarcza stwarza bardziej elastyczne warunki niż zatrudnienie na etacie.

Wdrożenie nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, a zwłaszcza Internetu, otworzyło jakościowo nowe możliwości zaangażowania zawodowego osób niepełnosprawnych. Dotyczy to pracy najemnej, ale w zdecydowanie większym stopniu prowadzenia działalności gospodarczej. Przykładowo w sprzedaży dóbr i świadczenia usług mamy do czynienia z negatywną reakcją klientów na osoby z wadą wymowy. Problem ten traci na znaczeniu, gdy zakupu dokonuje się przez Internet. Podobnie w przypadku świadczenia korepetycji za pośrednictwem Internetu nie mają znaczenia ograniczenia ruchowe korepetytora.

Powyższe argumenty wskazują, że aktywizacja przedsiębiorcza osób niepełnosprawnych może być ważnym sposobem przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu tej grupy. Najczęściej stosowane formy wsparcia polegają na zagwarantowaniu pewnej puli środków dla osób niepełnosprawnych, w ramach szerszych programów wspierania przedsiębiorczości. Istotne są tu motywy nie tylko społeczne, lecz także ekonomiczne. Okazuje się, że poziom przedsięwzięć biznesowych inicjowanych przez osoby niepełnosprawne nie różni się w istotny sposób od projektów podejmowanych przez osoby bez poważnych dolegliwości zdrowotnych⁵.

⁵ Tak było w przypadku realizowanego w Akademii Leona Koźmińskiego w latach 2011–2013 projektu *Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych*, dofinansowanego ze środków UE. 10% ogólnej liczby uczestników Projektu stanowiły osoby niepełnosprawne. Analiza poziomu zaawansowania wdrożonych projektów biznesowych nie wykazała istotnych różnic, ze względu na czynnik niepełnosprawności.

2.3. Przedsiębiorczość podporządkowana nadrzędnym wartościom

■ Przedsiębiorczość rodzinna

W tym przypadku mamy do czynienia z sytuacją, gdy w prowadzeniu biznesu ważną rolę odgrywają więzi rodzinne. Założyciel i członkowie rodziny dysponują większością pakietem własnościowym i mają istotny głos w zarządzaniu firmą. Dodatkowym kryterium jest bezpośredni udział w zarządzaniu przynajmniej jednego członka rodziny⁶. Jakkolwiek wspomniane kryteria spełniają także korporacje o zasięgu globalnym (np. Walmart, Cargill, Samsung, Versace, Tata Group), to jednak przedsiębiorczość rodzinna kojarzona jest przede wszystkim z sektorem małych i średnich przedsiębiorstw.

Działalność firm rodzinnych rodzi generalnie pozytywne skojarzenia. Mamy tu bowiem połączenie dwóch bardzo istotnych instytucji życia społeczno-gospodarczego: rodziny i przedsiębiorstwa. Podstawowa trudność dotyczy ustalenia, w jakim stopniu pierwiastek „rodzinności” wyróżnia firmy rodzinne spośród innych i czy w związku z tym uzasadnione jest stosowanie instrumentów wsparcia, adresowanych wyłącznie do tej grupy. Duże kłopoty sprawia ustalenie liczebności tej potencjalnej grupy docelowej. W zależności od przyjętej definicji dostępne szacunki udziału firm rodzinnych w sektorze MŚP wahają się w granicach 25–80% (Kowalska, 2009).

Jeśli chodzi o specyficzne problemy firm rodzinnych na tle innych małych podmiotów gospodarczych, największym wyzwaniem jest sukcesja, a więc przekazywanie sterów rodzinnej firmy młodszemu pokoleniu. Tu bardzo często zderzają się wartości, sposoby i metody prowadzenia biznesu założycieli oraz ich następców. Dochodzą także problemy emocjonalne oraz zagrożenia natury fiskalnej, związane z opodatkowaniem transferu własności w ramach jednej rodziny. Dlatego w niektórych krajach wprowadzono preferencyjne stawki podatkowe dla tego typu transferów. Generalnie jednak główne wsparcie firmy rodzinne otrzymują od firm szkoleniowo-doradczych i prawniczych wyspecjalizowanych w problematyce sukcesji.

Kwestię sukcesji międzypokoleniowej należy rozpatrywać w kontekście innego zagrożenia, jakim jest starzenie się właścicieli firm rodzinnych. Okazuje się także, że zwłaszcza w Europie bardzo wiele firm rodzinnych nie ma naturalnych następców. W tym kontekście podejmowane są różnokierunkowe działania w celu popularyzacji tzw. opcji zewnętrznej, a więc sprzedaży firmy bądź wykupu udziałów przez kadre kierowniczą, załogę lub przez

⁶ W niektórych definicjach podkreśla się, że rodzinny charakter firmy występuje wtedy, gdy przynajmniej dwóch członków rodziny jest zaangażowanych w jej działalność. Pogłębioną analizę różnych ujęć i definicji przedsiębiorstw rodzinnych można znaleźć w publikacji PARP (Kowalska, 2009) oraz Komisji Europejskiej (European Commission, 2009).

podmiot zewnętrzny (European Commission, 2012). Stopniowo toruje sobie drogę pogląd, że wspomniana opcja zewnętrzna to naturalna ścieżka rozwoju firm rodzinnych. Jak pokazały badania empiryczne przeprowadzone w grupie szwedzkich przedsiębiorstw rodzinnych, firmy przejęte w ramach opcji zewnętrznej charakteryzowały się wyższą efektywnością w porównaniu do wewnętrznej sukcesji międzypokoleniowej (Wennberg i in., 2011).

Dodatkowym argumentem za wdrażaniem specjalnych programów wsparcia jest specyfika zarządzania firmami rodzinnymi. Relacje pracownicze opierają się tu na zaufaniu, a niski stopień formalizacji sprzyja nawiązaniu ścisłych więzi oraz sprawnej komunikacji wewnątrzfirmowej. Pewne przejawy rodzinnego stylu zarządzania mogą jednak stanowić barierę rozwoju firmy. Chodzi zwłaszcza o naturalną preferencję do zatrudniania w firmie członków bliskiej i dalszej rodziny i generalnie brak jasno określonej polityki kadrowej. Liderzy biznesów rodzinnych mają często opory przed wdrażaniem nowoczesnych metod zarządzania, gdyż uważają, że mają firmę „w głowie”. Wsparcie, głównie poprzez szkolenie, mentoring i doradztwo dla właścicieli i kadry zarządzającej jest szczególnie potrzebne, gdy przedsiębiorstwo rodzinne wkracza na ścieżkę przyspieszonego rozwoju.

■ Przedsiębiorczość „stylu życia” (*life style*)

Z przedsiębiorczością stylu życia mamy do czynienia wtedy, gdy głównym motorem prowadzenia biznesu nie jest maksymalny efekt finansowy, ale możliwość realizowania własnych zainteresowań i pasji, a także stylu życia (np. swoboda czasowa, praca w miejscu zamieszkania). Takim przedsiębiorcą będzie na przykład zapalony tenisista, który zakłada szkołę dla młodzieży i tak planuje zajęcia, by sam mógł rozgrywać mecze z partnerami na odpowiednim poziomie. To także właściciel restauracji bądź małego pensjonatu, który znajduje przyjemność w tym, że ma bezpośrednie relacje z klientami. W tej grupie mieszczą się również doświadczeni pracownicy wiedzy, którzy w sile wieku odchodzą z kierowniczych stanowisk w korporacjach i zostają konsultantami, co daje im więcej czasu na realizację własnych pasji, takich jak żeglowanie czy gra w golfa. Szczególna odmiana przedsiębiorcy stylu życia występuje także w środowisku akademickim. Oto wybitny naukowiec angażuje się w proces komercjalizacji swojego wynalazku, zakłada nawet firmę, ale robi to w taki sposób, by nie zakłócało to możliwości realizacji jego głównej pasji, a więc rozwoju nauki czy kształcenia studentów.

Wspólną cechą przedsiębiorców stylu życia jest świadome ograniczenie skali działania firmy, nawet gdy są możliwości jej rozwoju. Chodzi im o to, by prowadzenie biznesu nie naruszało innych priorytetów, takich jak swoboda czasowa czy realizacja własnych pasji. To ograniczanie rozwoju

powoduje, że mamy do czynienia z niewykorzystanymi możliwościami wzrostu zatrudnienia i tworzenia wartości dodanej przez przedsiębiorców stylu życia. W przypadku wysoko kwalifikowanych pracowników wiedzy, ich przejście z zatrudnienia etatowego do samozatrudnienia prowadzi często do zmniejszenia dochodów, a więc także wpływów do budżetu z tytułu podatków. Stąd panuje przekonanie, że co do zasady, przedsiębiorcy stylu życia nie powinni otrzymywać wsparcia ze środków publicznych.

Jednak przedsiębiorcy stylu życia to w większości ludzie zadowoleni z wybranej drogi, a tym samym z osiągniętej równowagi między sferą zawodową a sferą prywatną. Tego efektu z pewnością nie można lekceważyć. Świadczą o tym wyniki badań zrealizowanych w 2013 r. w ramach Projektu Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Pokazały one, że na tle innych grup społecznych przedsiębiorcy mają zdecydowanie wyższe poczucie dobrostanu i satysfakcji z życia zawodowego (Amoros i Bosma, 2014).

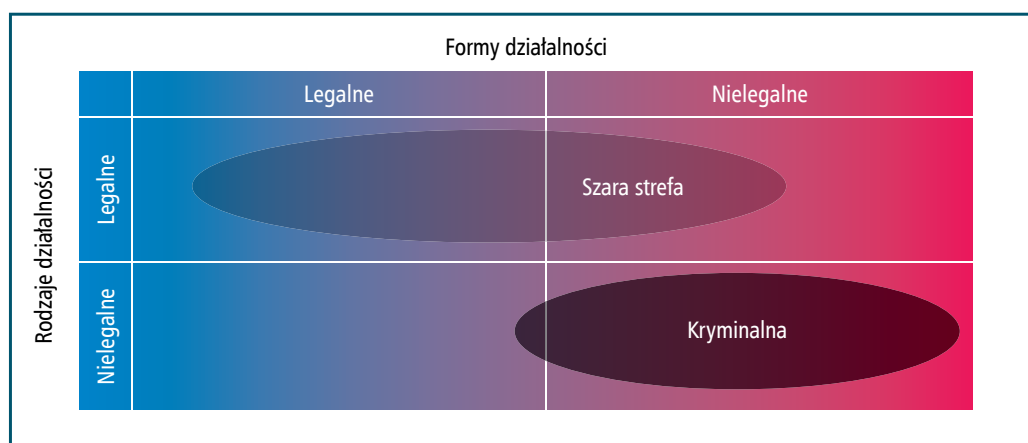
2.4. Ciemniejsza strona przedsiębiorczości

Znany amerykański ekonomista W. Baumol w opublikowanym w 1990 r. artykule *Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive* (Przedsiębiorczość: produktywna, nieproduktywna i destruktywna) (Baumol 1990) zapoczątkował kierunek myślenia, że przedsiębiorczość może rodzić także negatywne skutki makroekonomiczne. Działalność gospodarcza, której motywem jest osiąganie zysku, niekoniecznie musi być skierowana na wytwarzanie społecznie użytecznych dóbr i usług, i w efekcie przyczyniać się do zwiększenia dochodu narodowego. Efekty ekonomiczne można bowiem osiągać, oddziałując na system prawny przez lobbing, uzyskiwanie specjalnych przywilejów czy barier zabezpieczających przed zewnętrzną konkurencją (protekcjonizm). Są to na ogół działania mieszczące się w granicach prawa, ale ich efekt jest tylko redystrybucyjny i nie przyczynia się do powiększenia wartości dodanej w skali całej gospodarki. Jest to więc przedsiębiorczość nieproduktywna.

Przedsiębiorczość może być także prowadzona z naruszeniem prawa i wtedy możemy mieć do czynienia nie tylko z redystrybucją dochodów, lecz także niszczącym (destruktywnym) wpływem takiej przedsiębiorczości na gospodarkę i życie społeczne. Według Desai i Ácsa (2007) destruktywny wpływ przedsiębiorczości występuje w dużej skali w krajach zacofanych, czego przejawem jest nielegalna, rabunkowa eksploatacja zasobów naturalnych (np. wypalanie lasów tropikalnych pod plantacje, odławianie ryb przy wykorzystaniu materiałów wybuchowych).

Tak rozumiana przedsiębiorczość nieproduktywna i destruktywna ma charakter systemowy i wynika generalnie ze słabości ram instytucjonalnych, zwłaszcza w krajach zacofanych. Równoległe współczesne

społeczeństwa, niezależnie od poziomu rozwoju, muszą się zmierzyć z praktycznymi przejawami przedsiębiorczości niezgodnej bądź nie do końca zgodnej z obowiązującym prawem. Chodzi tu o tzw. szarą strefę, czyli prowadzenie całkowicie legalnej działalności gospodarczej, jednak przy zastosowaniu metod naruszających prawo (rysunek II.4). Na drugim biegunie mamy przedsiębiorczość kryminalną, w przypadku której nielegalne są rodzaje prowadzonej działalności. W takiej sytuacji nie ma znaczenia, że pewne formy działalności są formalnie zgodne z prawem, ponieważ stanowią przykrywkę nielegalnej działalności. Dla odróżnienia od „szarej strefy” w tym przypadku stosuje się określenie „czarnej strefy”.



Rysunek II.4. Ciemniejsza strona przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

■ Szara strefa

Szara strefa (*shadow economy*) to pojęcie oznaczające wykonywanie legalnej działalności gospodarczej w sposób naruszający obowiązujące normy prawa. Inne stosowane pojęcia to: działalność nieformalna, nierejestrowana, ukryta. Jeśli chodzi o konkretne przejawy, to dominującą rolę odgrywa zatrudnienie pracowników całkowicie bądź częściowo „na czarno” w celu zmniejszenia podatków i obciążeń z tytułu świadczeń społecznych (ZUS)⁷. Inne typowe przejawy to zaniżanie przychodów (sprzedaż bez faktury), zawyżanie kosztów (tzw. puste faktury) bądź zaliczanie do kosztów działalności gospodarczej wydatków prywatnych przedsiębiorców.

Z samej istoty nieformalnego charakteru szarej strefy dokładna analiza tego zjawiska, jak i jego głównych sił motorycznych jest bardzo trudna.

⁷ Pojęcie „szarej strefy” nie dotyczy wyłącznie aktywności przedsiębiorczej. Znaczna jej część polega na wykonywaniu pracy nierejestrowanej bezpośrednio na rzecz zleceniobiorcy.

Szacunki makroekonomiczne wskazują, że szara strefa stanowi od kilku procent PKB w najwyżej rozwiniętych krajach, takich jak Szwajcaria, Austria czy Holandia, do 40–50% w najmniej zaawansowanych krajach Afryki, Azji czy Ameryki Łacińskiej (Schneider, 2013).

Jeśli chodzi o Polskę, to wspomniana relacja znajduje się powyżej średniej dla krajów Unii Europejskiej i wynosi ok. 24% (Schneider, 2013). W tej dziedzinie bliżej nam do Południa Europy niż do krajów, z którymi wiążą nas historyczne i kulturowe więzy, takich jak Niemcy, Francja czy Austria czy też krajów skandynawskich. Warto jednak odnotować, że według GUS rozmiary szarej strefy w Polsce stopniowo maleją. Dotyczy to zwłaszcza głównego komponentu szarej strefy, a więc zatrudnienia nierejestrowanego bądź częściowo rejestrowanego (GUS, 2011).

Rozwój szarej strefy niesie wiele negatywnych skutków dla gospodarki i społeczeństwa. Zmniejszają się wpływy do budżetu z tytułu podatków, a także wpłaty, z których finansowane są świadczenia emerytalne i zdrowotne. Pracownicy w szarej strefie są pozbawieni ochrony socjalnej, często też warunki pracy są poniżej wymaganych standardów. Współistnienie gospodarki formalnej i nieformalnej prowadzi do naruszenia zasad konkurencji oraz nieefektywnego wykorzystania zasobów, choćby ze względu na ograniczenie skali produkcji, z obawy, że działalność na większą skalę ujawni mechanizm nielegalnych działań. Groźne są też długofalowe efekty pośrednie – podważanie zaufania do instytucji publicznych, a także relatywizm moralny i etyczny, co w efekcie przeszkadza w budowaniu kapitału społecznego.

Stąd w wielu krajach podejmowane są inicjatywy regulacyjne na rzecz ograniczenia rozmiarów szarej strefy. Polegają one w pierwszej kolejności na wdrożeniu sankcji fiskalnych, a nawet karnych, w odniesieniu do tego typu działalności. Podstawowy problem polega jednak na tym, że kraje najmniej rozwinięte, w których udział szarej strefy jest największy, nie dysponują odpowiednim aparatem fiskalnym, by skutecznie wdrożyć tego typu instrumenty. Inny kierunek polega na deregulacji – zmniejszeniu obciążeń podatkowych, a tam, gdzie nie jest to możliwe, uproszczeniu procedury ściągania podatków.

W ostatnich latach w niektórych krajach pojawiły się interesujące inicjatywy ułatwiające dobrowolne przejście od nielegalnej lub częściowo nielegalnej do legalnej sfery obrotu gospodarczego (Williams i Nadin, 2013). Najczęściej stosowane rozwiązania w ramach tego nurtu to wprowadzenie amnestii na zaległości podatkowe pod warunkiem ujawnienia transakcji, a także doradztwo dla firm pragnących wyjść z szarej strefy.

By jednak zapewnić skuteczność tego typu działań, trzeba rozpoznać mechanizmy i prawidłowości w tej dziedzinie. Jest to niesłychanie trudne ze względu na obawy przedsiębiorców i pracowników przed udzielaniem

informacji na ten temat. Nieliczne badania pokazują, że faza uruchamiania działalności gospodarczej stwarza szczególne bodźce do realizacji transakcji nieujawnionych. To okres, kiedy bardzo trudno zbilansować wpływy i wydatki. Dla przedsiębiorcy pewnym usprawiedliwieniem jest to, że może przeznaczyć „zaoszczędzone” podatki i opłaty ZUS na rozwój firmy (Stawasz, 2007). Jednocześnie początkujący przedsiębiorcy są szczególnie podatni na oddziaływanie otoczenia biznesowego i akceptację pewnych praktyk, uznawanych za „standard” w danej branży (np. w handlu detalicznym presja dostawców, by tylko część obrotu była zaksięgowana na fakturę, a reszta „pod stołem”). Mamy więc do czynienia z „pierwotną skazą etyczną” młodej firmy, która może stanowić barierę dla jej przyszłego rozwoju (Cieślik, 2011).

Podsumowując: nie ma prostych recept na ograniczenie „szarej strefy”. Oprócz działań w sferze regulacyjnej i wzmocnienia systemu penalizacji, konieczne są zmiany w sferze świadomości społecznej. Trudno oczekiwać realnej poprawy, gdy powszechnie tolerowane są zakupy bez wydawania rachunku bądź niedeklarowanie części wynagrodzeń pracowników. Potrzebne są tu konsekwentne działania i programy adresowane do szerokich grup społecznych, które mogą przynieść istotne zmiany dopiero w dłuższej perspektywie.

■ Przedsiębiorczość kryminalna

Pod tym pojęciem rozumiemy prowadzenie przestępczych rodzajów działalności, niezależnie od faktu, że w części stosowane są legalne formy. Przedsiębiorczy wymiar dotyczy działalności kryminalnej prowadzonej na mniejszą skalę. Równolegle mamy do czynienia z „korporacyjnym” charakterem takiej działalności w ramach grup przestępczych o zasięgu międzynarodowym.

Badacze „korporacyjnej” działalności kryminalnej od wielu lat wykorzystują z powodzeniem koncepcje teoretyczne i narzędzia analityczne z dziedziny organizacji i zarządzania. Natomiast analizy przedsiębiorczych aspektów działalności przestępczej znajdują się dopiero w powijakach, aczkolwiek dotychczasowe próby ich podjęcia są bardzo obiecujące (Gottschalk, 2009). Dzięki takim badaniom uzyskujemy wiedzę na temat powstawania i rozwoju organizacji przestępczych i roli przedsiębiorców – kryminalistów w tym procesie. Chodzi tu przede wszystkim o wyjaśnienie procesu rozpoznawania i wykorzystywania sposobności do działań przestępczych. Okazuje się, że także w tej działalności istotną rolę odgrywają kreatywność oraz innowacyjność, a także szybkość reakcji na sygnały płynące z „rynku”.

Bardzo istotne znaczenie dla walki z przestępczością ma rozpoznanie cech i predyspozycji przedsiębiorców-kryminalistów prowadzących nielegalną działalność. Ponieważ osoby pozostające na bakier z prawem działają

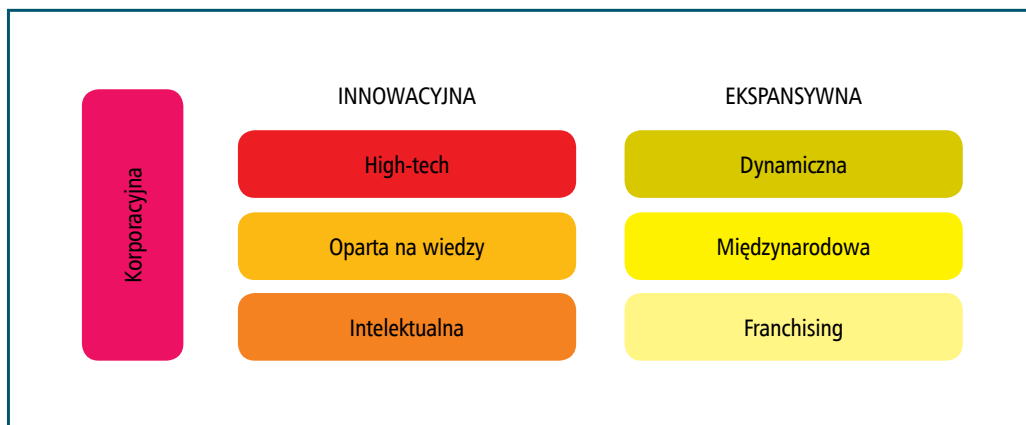
w warunkach niepewności, ze względu na działania prewencyjne organów ścigania, ważną rolę odgrywają predyspozycje i umiejętności związane z przedsiębiorczym stylem zarządzania. Wiąże się to z ciągłym poszukiwaniem nowych możliwości, umiejętnością działania w warunkach szybkich zmian w otoczeniu, a także holistycznym (całościowym) spojrzeniem na prowadzony przestępczy biznes. Ważne jest też rozpoznanie mechanizmów rozwoju przestępczej działalności. Dlaczego *gros* przestępców pozostaje na poziomie kryminalnego *small businessu*, a tylko nieliczni rozwijają ten biznes na większą skalę?

W przypadku przedsiębiorców kryminalnych istotne znaczenie ma prowadzona na gruncie nauki przedsiębiorczości dyskusja, na ile decydują tu predyspozycje wrodzone, a na ile umiejętności, których można się nauczyć. O ile mechanizmy wdrażania do przestępczego fachu (np. włamań i napadów) młodych kryminalistów są stosunkowo dobrze rozpoznane, o tyle o sposobach zdobywania (przyswajania) wiedzy w zakresie prowadzenia przestępczego biznesu wiemy stosunkowo niewiele.

Rosnące znaczenie przedsiębiorczego wymiaru przestępczości znalazło wyraz w propozycji uwzględnienia cech przedsiębiorczych jako elementu rozszerzonej definicji przestępczości zorganizowanej (Symenidou-Kastanidou, 2007). Jeśli chodzi o praktyczne zastosowanie wyników badań, w pierwszej kolejności wykorzystywane są one w działaniach prewencyjnych policji i komórek do zwalczania zorganizowanej przestępczości. W niektórych krajach problematyka ta została włączona do programu kształcenia kadr oficerskich policji. Przykładowo przedmiot „Przedsiębiorczość a zorganizowana przestępczość” jest wykładany w Wyższej Szkole Policijnej w Oslo w Norwegii (Gottschalk, 2009).

3. Przejawy renesansu przedsiębiorczości w gospodarce

Zjawisko powstawania nowych przedsiębiorstw, często zakładanych przez ludzi bardzo młodych, które dzięki wdrażaniu najnowszych technologii rozwijają działalność w skali globalnej i osiągają spektakularne sukcesy finansowe, to najbardziej namacalny przejaw renesansu przedsiębiorczości w końcu XX i na początku XXI wieku. Obecnie wiemy więcej na temat tego typu firm i ich wewnętrznego zróżnicowania. Jak wskazywaliśmy w podrozdziale I.3, wykorzystanie wiedzy i zaawansowanych technologii często idzie w parze z ambicjami rozwojowymi ich założycieli. Obydwa czynniki występują jednak z różnym nasileniem i po części niezależnie od siebie. Stąd odrębnie traktujemy firmy ekspansywne, nastawione na rozwój,



Rysunek II.5. Przejawy renesansu przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

niekoniecznie bazujące na nowych technologiach (rysunek II.5). Wśród przejawów renesansu przedsiębiorczości uwzględniamy także przedsiębiorczość korporacyjną. Jak wyjaśnialiśmy w rozdziale I, jest to reakcja dużych firm na konkurencję ze strony zaawansowanych technologicznie start-upów.

3.1. Przedsiębiorczość innowacyjna

Przedsiębiorczość oparta na innowacjach cieszy się nieustającym zainteresowaniem naukowców, polityków gospodarczych i publicystów. Zainteresowaniu temu nie towarzyszy, niestety, dbałość o poprawność metodologiczną i jednolitą terminologię, co negatywnie wpływa na jakość prowadzonych badań oraz debaty publicznej.

Główne nieporozumienie dotyczy pojęcia innowacji. Kwestia ta zostanie omówiona szerzej w rozdziale V. W tym miejscu warto jedynie podkreślić, że zgodnie z szeroką definicją innowacji stosowaną przez OECD i Eurostat (Podręcznik Oslo, 2008), na miano innowacyjnych zasługują nie tylko firmy wdrażające rozwiązania oryginalne w skali światowej, ale także takie, które bazują na już istniejącej wiedzy i rozwiązaniach wdrożonych wcześniej przez inne podmioty.

Rozróżnienie między wdrożeniem nowych i zaadaptowaniem już istniejących rozwiązań ma istotne znaczenie i wskazuje na potrzebę wyróżnienia dwóch rodzajów innowacyjnej przedsiębiorczości:

- ➔ przedsiębiorczość oparta na zaawansowanych technologiach (high-tech). Poruszamy się tu w obszarze najnowszych odkryć i prób ich komercjalizacji, przez nowo powstałe firmy. Mamy zatem do czynienia

z nowatorstwem w skali światowej, choć taka nowość nie musi mieć przełomowego charakteru i bardzo często dotyczy bardzo wąskich zastosowań;

- ➔ przedsiębiorczość oparta na wiedzy. Tu mamy do czynienia z inicjatywami przedsiębiorczymi wykorzystującymi nagromadzony zasób wiedzy, podejmowanymi najczęściej przez ludzi solidnie wykształconych, z bogatym doświadczeniem zawodowym zdobytym w trakcie wcześniejszego zatrudnienia etatowego.

Dodatkowo, w tym segmencie przedsiębiorczości innowacyjnej uwzględniamy szczególnie jej rodzaj, jakim jest przedsiębiorczość intelektualna. Jest to oryginalny polski dorobek w dziedzinie poszukiwania związków między przedsiębiorczością a innowacyjnością.

■ Przedsiębiorczość oparta na zaawansowanych technologiach (high-tech)

Ze względu na ważne znaczenie firm bazujących na zaawansowanych technologiach⁸, zajmujemy się nimi szerzej w rozdziale V, gdzie omawiamy związki między przedsiębiorczością a innowacjami w wymiarze mikro i makroekonomicznym. W tym miejscu zasygnalizujemy jedynie istotne czynniki decydujące o specyfice sektora zaawansowanych technologii, na tle innych ambitnych przedsięwzięć biznesowych bazujących na innowacjach:

- ➔ w przypadku komercjalizacji zaawansowanych technologii istotne znaczenie ma ochrona własności intelektualnej, jeszcze zanim nowa firma rozpocznie działalność;
- ➔ nakłady finansowe, niezbędne do uruchomienia produkcji i/lub świadczenia usług bazujących na zaawansowanych technologiach, są zazwyczaj wyższe niż w przypadku innych przedsięwzięć o podobnej skali. To jednak nie dotyczy niektórych dziedzin technologii informacyjnych i komunikacyjnych, gdzie mamy do czynienia ze spektakularnymi sukcesami start-upów, uruchomionych przy udziale minimalnych środków;

⁸ Tu także mamy do czynienia ze sporym zamieszaniem, gdyż w trakcie ponad 20-letnich intensywnych badań przedsiębiorczości high-tech nie udało się wypracować jednolitej terminologii. W anglojęzycznej literaturze naukowej funkcjonują równolegle takie pojęcia jak: *New Technology-Based Firms*, *High Technology Small Firms*, *High Technology New Firms* oraz *Small Knowledge-Intensive Firms*.

- ➔ okres między pomysłem a wdrożeniem gwarantującym biznesowy sukces jest zazwyczaj dłuższy niż w przypadku przedsięwzięć, gdzie następuje adaptacja już istniejących rozwiązań;
- ➔ początkujący przedsiębiorcy oferujący zaawansowane technologicznie wyroby i usługi napotykać bariery „rozpadliny popytowej”, co uniemożliwia rozpoczęcie działalności na szerszą skalę (Moore, 1999). Chodzi o to, że nowatorskimi produktami interesują się w pierwszej kolejności konsumenci będący entuzjastami nowinek technicznych. To jest jednak stosunkowo wąska grupa, natomiast ilościowy człon potencjalnych nabywców w pierwszym etapie zachowuje ostrożność i postawę wyczekującą. W efekcie nawet dobre projekty biznesowe upadają, gdyż nie mogą przetrzymać długiego okresu wyczekiwania na pojawienie się masowego zainteresowania produktem;
- ➔ firmy spoza USA, oferując rozwiązania bazujące na nowej wiedzy, muszą praktycznie od początku wychodzić na rynki międzynarodowe, szczególnie na rynek amerykański, gdyż popyt na rynku krajowym jest w początkowej fazie zbyt niski.

■ Przedsiębiorczość oparta na wiedzy

W przedsiębiorczości zaawansowanych technologii centralną postacią jest wynalazca dysponujący nowatorską wiedzą, podlegającą ochronie, którą następnie usiłuje skomercjalizować, z udziałem partnerów finansowych i biznesowych. W przypadku przedsiębiorczości opartej na wiedzy taką centralną postacią jest natomiast pracownik wiedzy (Davenport, 2005). To osoba dobrze wykształcona, z bogatym doświadczeniem zawodowym, której obowiązki wymagają tworzenia oraz wykorzystywania wiedzy. Pracownicy tej grupy mają wysoki status w macierzystych przedsiębiorstwach, mimo że nie pełnią funkcji kierowniczych wyższego szczebla. Charakteryzują się silnym poczuciem własnej wartości i niezależności. Sprzyjają temu wysokie zarobki oraz świadomość, że w razie konfliktu we własnej firmie bez trudności znajdą pracę z podobnym poziomem wynagrodzenia u konkurencji.

Co powoduje, że doświadczeni fachowcy, o ustabilizowanej pozycji materialnej i zawodowej, rezygnują z etatu i decydują się pójść „na swoje”? Najczęstsze motywy to brak satysfakcji z funkcjonowania w ramach korporacji, poczucie wypalenia się czy niemożność awansu w ramach hierarchicznej struktury dużej firmy. Warto też pamiętać, że głównym źródłem atrakcyjnych pomysłów biznesowych są wcześniejsze doświadczenia zawodowe. Stąd tylko krok, by podjąć samodzielną próbę ich wdrożenia,

zwłaszcza jeśli dotychczasowy pracodawca nie wykazuje zainteresowania nowym projektem.

Najnowsze badania wskazują na rosnącą skalę tak rozumianej przedsiębiorczości opartej na wiedzy. Co więcej, okazuje się, że nie zawsze „pójście na swoje” musi oznaczać zerwanie kontaktów z dotychczasowym pracodawcą (Koster, 2006; Delmar i Wennberg, 2010). Obok „wrogiego odejścia” związanego z próbą przejęcia klientów, mamy także do czynienia z rozstaniem za porozumieniem stron. Występują także różne formy wsparcia dla „przedsiębiorcy wiedzy” przez byłego pracodawcę. Przykładem może być zapewnienie „miękkiego lądowania” w biznesie poprzez zobowiązanie pracodawcy do zakupu wyrobów lub usług nowej firmy. Możliwe jest także, najczęściej przejściowe, zaangażowanie finansowe pracodawcy w nowe przedsięwzięcie.

Dlaczego przedsiębiorstwa macierzyste decydują się wspierać pracowników wiedzy w realizacji ich biznesowych zamierzeń? Po pierwsze, takie inicjatywy mogą być zgodne z długofalową strategią outsourcingu określonych rodzajów działalności. Gdy ceniony fachowiec nie wygra w konkursie na wyższe stanowisko, pójście na swoje będzie z korzyścią dla wszystkich, gdyż rozwiąże delikatną sytuację kadrową. Utrzymywanie dobrych relacji z byłymi pracownikami, którzy założyli własne firmy, jest przejawem szerszej tendencji we współczesnej gospodarce, która polega na rozwijaniu relacji sieciowych.

W świetle dotychczasowych rozważań można by przypuszczać, że „przedsiębiorcy wiedzy” wywodzą się głównie z dużych korporacji. Tymczasem badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii przez S.A. Parkera (Parker, 2009) wykazały, że przedsiębiorcy wiedzy wywodzą się głównie z mniejszych firm. Autor upatruje przyczynę w tym, że pracownicy wiedzy w dużych korporacjach mają cieplarniane warunki organizacyjne i materialne, a to zwiększa percepcję ryzyka i ogranicza skłonność do podejmowania działalności gospodarczej.

Dla polityków gospodarczych przedsiębiorczość oparta na wiedzy pozostaje w cieniu priorytetowego kierunku, jakim jest niewątpliwie przedsiębiorczość high-tech. W ostatnich latach obserwujemy jednak stopniowe przesunięcie akcentów. Wynika to z faktu, że zwiększenie aktywności biznesowej tej grupy ma istotne znaczenie dla dyfuzji innowacji w skali całej gospodarki i maksymalizacji tzw. efektów rozpryskowych (por. rozdział V). Ponadto zwiększenie udziału pracowników wiedzy w grupie inicjatorów nowych przedsięwzięć biznesowych prowadzi do poprawy efektywności i wyższej dynamiki rozwoju całego sektora przedsiębiorstw. Mają oni bowiem większą skłonność do inicjowania ambitnych przedsięwzięć biznesowych, a z racji dobrego przygotowania i znajomości branży także większe szanse na sukces.

■ Przedsiębiorczość intelektualna

Przedsiębiorczość intelektualna to szczególny rodzaj przedsiębiorczości opartej na wiedzy. Uwzględnia mianowicie dodatkowe – obok szerokiej i zróżnicowanej wiedzy – cechy przedsiębiorców-intelektualistów: krytycyzm i niezależność (Etzioni, 1968).

Koncepcja przedsiębiorczości intelektualnej została wprowadzona do literatury światowej przez prof. S. Kwiatkowskiego⁹, który w latach 90. kierował międzynarodowym zespołem badaczy, zajmujących się tą problematyką (Kwiatkowski, 2002). Badania te wykazały, że wspomniane cechy intelektualistów mogą odgrywać istotną rolę w procesie inicjowania i zarządzania nowymi przedsięwzięciami biznesowymi. Przykładowo cecha krytycyzmu, powiązana z gruntowną wiedzą, pozwala wyjść poza utarte schematy myślowe, a to jest podstawą kreatywności, tak pomocnej w rozpoznaniu atrakcyjnych pomysłów biznesowych.

Jednak znacznie ważniejszą rolę w koncepcji przedsiębiorczości intelektualnej odgrywa niezależność intelektualisty, wyrażająca się „lojalnością wyłącznie wobec trudno definiowanych norm pochodzących z zewnątrz organizacji” (Kwiatkowski, 2002, s. 90–91). Warto zwrócić uwagę, że tego rodzaju niezależność może mieć dla prowadzenia biznesu skutki zarówno pozytywne, jak i negatywne. Z pewnością intelektualiści źle się czują w sztywnych ramach struktur korporacyjnych, gdzie oprócz stosowania jednolitych skodyfikowanych reguł postępowania, próbuje się narzucić pracownikom pewne wzorce kulturowe a nawet systemy wartości, jako integralne elementy kultury organizacyjnej firmy. Czy jednak tworząc podstawy nowej firmy, przedsiębiorca intelektualny może się stosować wyłącznie do norm zewnętrznych, dając tym samym sygnał pracownikom do podobnych zachowań? Może raczej powinien ukształtować podstawowe elementy kultury organizacyjnej nowej firmy, by były one zgodne z jego własnym systemem wartości?

Z pewnością specyfika funkcjonowania przedsiębiorców – „rogatych dusz” zasługuje na pogłębioną analizę na gruncie nauki o przedsiębiorczości. O tym, że jest to zagadnienie bardzo aktualne, może świadczyć fakt, że współczesnym wzorcem przedsiębiorcy intelektualnego był niewątpliwie legendarny założyciel firmy Apple Steve Jobs (Isaacson, 2011). Narzucanie innym (często w sposób bardzo brutalny) własnego systemu wartości i reguł postępowania, wprowadzanie częstych, radykalnych zmian w systemie funkcjonowania firmy powodowało, że nie cieszył się on zbyt dużą sympatią współpracowników i partnerów biznesowych. Ale właśnie te cechy osobowości Jobsa zdecydowały o spektakularnym sukcesie firmy, którą stworzył.

⁹ W światowej literaturze przedmiotu pojęcie przedsiębiorczości intelektualnej było stosowane wcześniej, ale występowało jako synonim przedsiębiorczości opartej na wiedzy.

3.2. Przedsiębiorczość ekspansywna

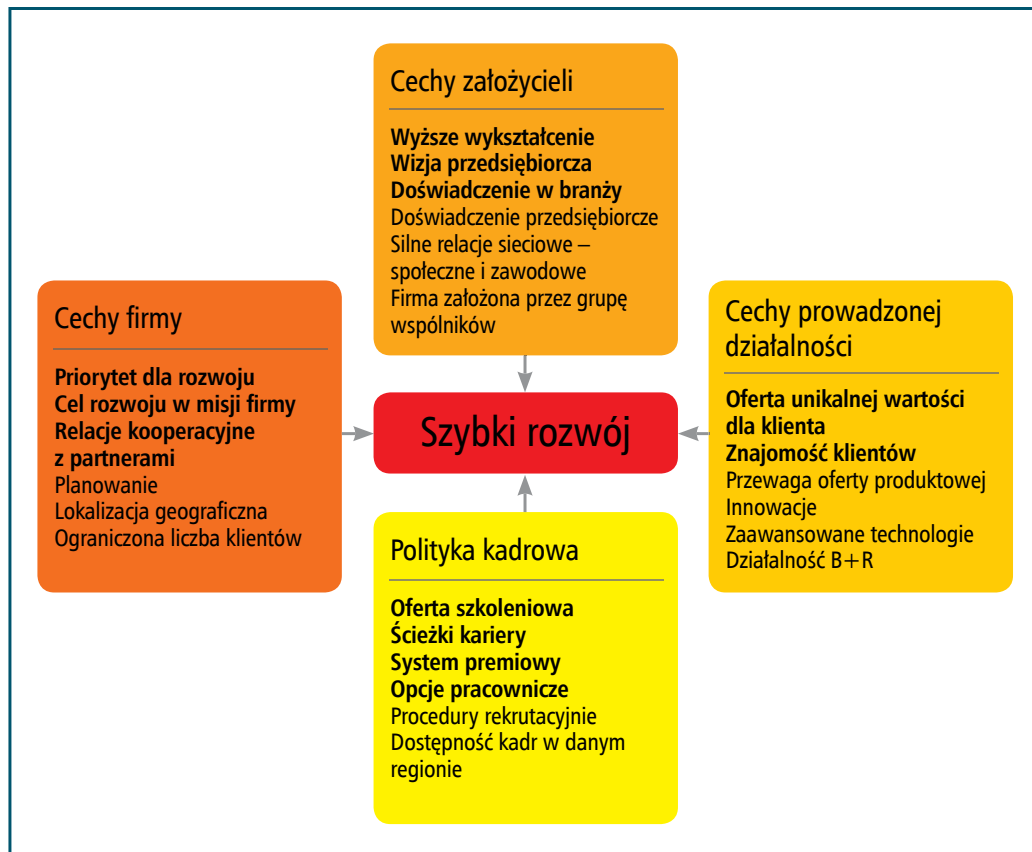
Renesans przedsiębiorczości na przełomie XX i XXI wieku kojarzy się w pierwszej kolejności z młodymi firmami, które łączą zaawansowanie technologiczne z bardzo szybkim rozwojem w skali globalnej. Trochę w cieniu pozostają ekspansywne firmy, których właściciele osiągają spektakularne sukcesy, jeśli chodzi o dynamikę obrotów i zatrudnienia, niekoniecznie bazując na przełomowych innowacjach. W tej grupie uwzględniamy firmy dynamiczne, wykazujące ponadprzeciętną dynamikę wzrostu, firmy *born global*, aktywne na rynkach międzynarodowych już na początkowym etapie funkcjonowania, oraz takie, które realizują ambicje rozwojowe poprzez tworzenie sieci franczyzowych.

■ Przedsiębiorczość dynamiczna

Zainteresowanie firmami dynamicznymi (*high-growth, gazelle*), a więc takimi, które charakteryzują się ponadprzeciętnym tempem wzrostu, wiąże się z badaniami nad procesem tworzenia nowych miejsc pracy, podjętymi w USA w latach 70. ubiegłego stulecia przez D. Bircha (Birch, 1979). Okazało się, że decydującą rolę w procesie tworzenia nowych miejsc pracy odgrywają właśnie „gazele” (Birch i Medoff, 1994). To jednostki, które szybko przechodzą do coraz wyższych klas przedsiębiorstw: od mikro do małych, od małych do średnich, a następnie do dużych i bardzo dużych.

Od tego czasu firmy dynamiczne pozostają niezmiennie w centrum uwagi badaczy przedsiębiorczości. Główny kierunek poszukiwań dotyczył specyficznych cech wyróżniających tę grupę od pozostałych. W sposób kompleksowy cechy te usystematyzowali Barringer i in. (2005). Wyniki ilustruje rysunek II.6. Pogrubioną czcionką oznaczono te cechy, które okazały się szczególnie istotne. Analizując atrybuty dynamicznych firm, nie sposób oprzeć się wrażeniu, że faktycznie mamy tu do czynienia z modelem firmy dobrze zarządzanej, mającej klarowną wizję rozwoju. To, że tylko niektórym małym przedsiębiorstwom udaje się osiągnąć ponadprzeciętną dynamikę rozwoju, zależy od splotu różnych czynników i okoliczności, w tym także przysłowiowego „łutu szczęścia”.

Firmami dynamicznymi bardzo interesują się politycy. Tu przyczyna jest oczywista. Skoncentrowanie instrumentów wsparcia na wąskiej grupie wyselekcjonowanych dynamicznych przedsiębiorstw mogłoby wydatnie zwiększyć efekty polityki gospodarczej, mierzone wzrostem zatrudnienia i PKB. Przejawem tego zainteresowania było wprowadzenie kategorii przedsiębiorstwa dynamicznego (*high-growth*) do systemu statystycznego OECD-Eurostat (por. podrozdział III.6). W wyniku intensywnych badań,



Rysunek II.6. Cechy wyróżniające firmy dynamiczne od firm o niskim tempie wzrostu

Źródło: Barringer i in. (2005, s. 683).

a także dostępu do ujednoczonych danych statystycznych, obecnie wiemy znacznie więcej na temat znaczenia firm dynamicznych w gospodarce. Kwestie te omawiamy szerzej w rozdziale IV, poświęconym związkom między przedsiębiorczością a zatrudnieniem.

■ Franchising (franczyza)

Franczyza (ang. *franchising*) to dobitny przykład na to, w jaki sposób nowe rozwiązania prawno-organizacyjne mogą prowadzić do jakościowych zmian w sektorze małych przedsiębiorstw, także w jego tradycyjnym segmencie. Franchising rozwinął się w Stanach Zjednoczonych w drugiej połowie XIX wieku. Przez długi czas funkcjonował jako system dystrybucji. Producenci wyrobów przemysłowych, takich jak maszyny do szycia czy samochody osobowe, przyznawali niezależnym dystrybutorom (za opłatą) wyłączne prawa do sprzedaży swych wyrobów na określonym terytorium.

Znaczenie franchisingu zdecydowanie wzrosło w drugiej połowie XX w., wraz z upowszechnieniem się dominującej współcześnie formy franczyzy, czyli całościowej koncepcji prowadzenia biznesu (ang. *business format franchising*). W największym skrócie polega ona na tym, że organizator sieci udostępnia za opłatą niezależnym operatorom pakiet franczyzowy, obejmujący prawo do korzystania ze znaku towarowego, standardowy plan marketingowy, procedury wykonawcze szczegółowo rozpisane w formie podręcznika operacyjnego, standardy i procedury kontroli jakości, dostęp do szkoleń, sprawdzone rozwiązania finansowo-księgowo itp. Dla franczyzobiorcy, który jest samodzielnym podmiotem gospodarczym, jest to olbrzymie ułatwienie, rodzi jednak obowiązek rygorystycznego przestrzegania narzuconych procedur i reguł prowadzenia biznesu (Cieślak, 2010, s. 254–274).

Efekty rozwoju sieci franczyzowych są szczególnie widoczne w usługach dla indywidualnych odbiorców, a więc w dziedzinie zdominowanej przez tradycyjny *small business*. W tym sektorze barierą dla rozszerzenia skali prowadzonych operacji są naturalne ograniczenia skali prowadzonych operacji. Przykładowo: nie można bez końca powiększać liczby miejsc w restauracji, która cieszy się powodzeniem wśród konsumentów. Franchising stworzył nowe możliwości rozwoju, poprzez tworzenie sieci franczyzowych z udziałem niezależnych operatorów.

Nowoczesne rozwiązania organizacyjne, bazujące na franczyzie, znalazły zastosowanie np. w smażalniach hamburgerów, piekarniach czy świadczeniu wielu specjalistycznych usług. Doświadczenia w innych dziedzinach są już mniej obiecujące, o czym świadczy znikomy zakres w stosowaniu franchisingu w działalności produkcyjnej.

Jednocześnie rozwój systemów franczyzowych pozwolił na rozszerzenie kręgu osób, podejmujących inicjatywy przedsiębiorcze. Dotyczy to zwłaszcza kandydatów na przedsiębiorców, o silnej motywacji i predyspozycjach do uruchomienia własnego biznesu, ale niemających atrakcyjnego pomysłu. Dołączenie – jako franczyzobiorca – do funkcjonującej sieci może być atrakcyjnym wariantem także dlatego, że, jak pokazują badania, nowe biznesy powstające w ramach sieci mają większe szanse na przeżycie niż samodzielne firmy.

Z makroekonomicznej perspektywy ważne jest to, że dołączenie nowego podmiotu do sieci franczyzowej od początku wymaga wdrożenia nowoczesnych rozwiązań w sferze organizacji, systemu kontroli jakości, finansowo-księgowo czy też zarządzania zasobami ludzkimi. System ten wymusza na uczestnikach sieci transparentność sfery finansowej, a zwłaszcza rejestrowania przychodów, gdyż stanowi to bazę do naliczania bieżących opłat dla franczyzobiorców.

Pozytywny dla całej gospodarki rozwój sieci franczyzowych następuje w wyniku oddolnej inicjatywy organizatorów i generalnie nie wymaga

szczególnego wsparcia ze strony państwa. Ważne jest natomiast, by istniały klarowne reguły prawne ułatwiające funkcjonowanie tego typu systemów, ale także ograniczające ryzyko nadużyć, jakie pojawiają się w tym obszarze. Chodzi tu przykładowo o nierówną pozycję małych niezależnych podmiotów, które nie są w stanie sprostać konkurentom, korzystającym z potencjału całej sieci. Perspektywa szybkich zysków stwarza pokusę do działania rozmaitym pseudo-franczyzodawcom, którzy nie mają sprawdzonych rozwiązań i doświadczeń, natomiast posiadają wystarczającą siłę perswazji, by przyciągnąć naiwnych i niedoświadczonych kandydatów na franczyzobiorców. Zjawisko to dotyczy w pierwszej kolejności franchisingu dystrybucyjnego. W skrajnym przypadku system franczyzowy ewoluje w kierunku tzw. sprzedaży piramidalnej, która w większości krajów jest niedozwolona.

Franczyza jest dobrym przykładem szybkiej asymilacji zachodnich rozwiązań w krajach przechodzących okres transformacji, takich jak Polska. W epoce realnego socjalizmu nie było praktycznie żadnych doświadczeń z tego typu systemami. W pierwszym okresie transformacji obserwowaliśmy ekspansję zagranicznych sieci franczyzowych na terenie kraju. Obecnie w Polsce działa prawie 1000 tego typu sieci franczyzowych, obejmujących ponad 58 tys. placówek (Profit system, 2014). Co istotne, ponad 85% wszystkich systemów to sieci rdzennie polskie.

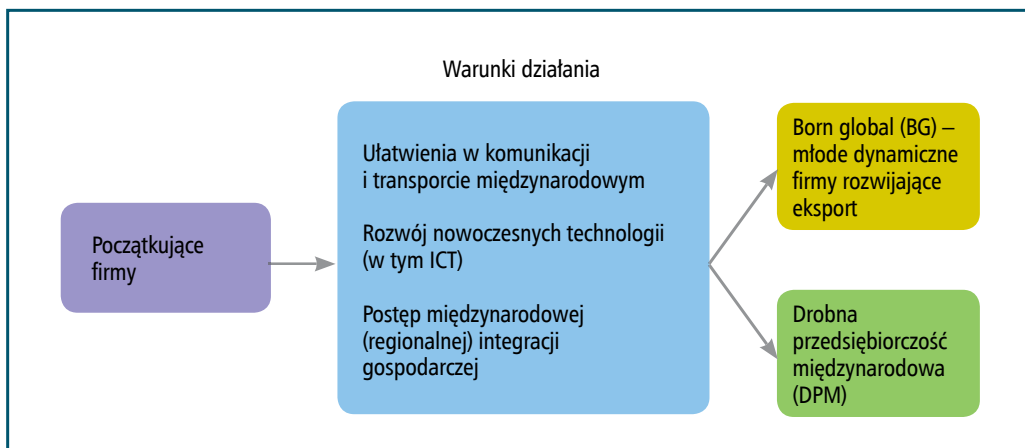
■ Przedsiębiorczość międzynarodowa

Tradycyjnie aktywność na rynkach międzynarodowych była domeną wielkich korporacji. Mniejsze firmy z zasady koncentrowały działalność na rynku lokalnym. Jeśli już wychodziły na rynki zagraniczne, to robiły to w sposób bardzo ostrożny, po umocnieniu swojej pozycji na rynku krajowym.

Tymczasem zmiany, jakie nastąpiły na przełomie XX i XXI wieku w wyniku rozwoju technologii informacyjnych i komunikacyjnych, okazały się bardzo przyjazne dla początkujących małych firm, także w sferze operacji międzynarodowych. W efekcie obserwujemy dwa równoległe występujące procesy (rysunek II.7)

Jakościowo nowym zjawiskiem było pojawienie się grupy młodych, dynamicznych firm, które aktywnie wychodziły na rynki międzynarodowe, praktycznie od momentu rozpoczęcia działalności (tzw. *born global*). Mieszczą się one niewątpliwie w nurcie „prawdziwej” przedsiębiorczości. Dzięki nim renesans przedsiębiorczości ujawnił się także w kontekście innego, obok postępu technicznego, ważnego czynnika rozwoju gospodarczego, jakim jest międzynarodowa wymiana i, szerzej, współpraca gospodarcza.

Natomiast zdecydowanie mniejszym zainteresowaniem badaczy cieszy się równoległy proces kształtowania segmentu międzynarodowego small



Rysunek II.7. Internacjonalizacja działalności początkujących firm

Źródło: opracowanie własne.

businessu. Ułatwienia w prowadzeniu operacji międzynarodowych, dzięki wykorzystaniu Internetu i, szerzej, technologii komunikacyjnych, obniżka kosztów transportu, postępująca integracja gospodarcza – wszystko to ułatwia „odzworowanie” na rynkach międzynarodowych, tradycyjnego segmentu drobnej przedsiębiorczości. W efekcie obok nielicznej grupy firm szybko rozwijających eksport i podbijających kolejne rynki, mamy bardzo dużą liczbę eksporterów, którzy sprzedają towary i usługi za granicę w sposób nieregularny i na niewielką skalę (rysunek II.7). Ten segment można określić jako eksportowy *small business* (drobna przedsiębiorczość międzynarodowa – DPM).

Powyższe rozróżnienie ma istotne znaczenie w kontekście prowadzonej polityki gospodarczej. Kwestie te omawiamy szerzej w rozdziale VI, poświęconym związkom między przedsiębiorczością a umiędzynarodowieniem gospodarki w skali mikro i makroekonomicznej.

3.3. Przedsiębiorczość korporacyjna

Mówiąc o przedsiębiorczości korporacyjnej, mamy na myśli inicjatywy o cechach przedsiębiorczych, podejmowane w obrębie istniejących organizacji¹⁰. W największym skrócie polega to na tym, że w obrębie istniejących struktur dużych organizacji tworzy się warunki dla funkcjonowania quasi-niezależnych jednostek organizacyjnych, powołanych *ad hoc* w celu realizacji wydzielonych zadań (projektów).

¹⁰ Na gruncie polskim badania w tej dziedzinie są realizowane przez grupę badaczy z Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, którzy stosują pojęcie „przedsiębiorczość organizacyjna” (Dyduch, 2010).

Przedsiębiorczość korporacyjna stanowi próbę odpowiedzi sektora korporacyjnego na omówione w rozdziale I zmiany w gospodarce światowej, które wystąpiły na przełomie XX i XXI wieku, w szczególności związane z powstawaniem młodych „garażowych” firm w obszarze zaawansowanych technologii. W wielkich korporacjach zaczęto wprowadzać zmiany polegające na zaszczepieniu w nich „ducha przedsiębiorczości”, co w połączeniu z atutami nowoczesnych technik zarządzania w skali globalnej miało przywrócić wielkim koncernom dominującą pozycję. Stosowane rozwiązania organizacyjne dotyczą trzech obszarów:

- ➔ w sferze zarządzania strategicznego kluczowym kierunkiem jest kształtowanie tzw. orientacji przedsiębiorczej organizacji (ang. *entrepreneurial orientation*), a więc promowanie działań proaktywnych, innowacyjnych, akceptujących ryzyko. Dokonuje się to poprzez powoływanie na ważne stanowiska liderów wykazujących się przedsiębiorczymi cechami. Badania nad orientacją przedsiębiorczą organizacji to ważny nurt we współczesnych naukach o zarządzaniu. Cennym dorobkiem tego nurtu jest wypracowanie praktycznych narzędzi pomiaru tej orientacji (Dyduch, 2010), co ułatwiło menedżerom ocenę aktualnej sytuacji oraz wdrażanie zmian w systemie funkcjonowania przedsiębiorstw.
- ➔ tworzenie ram organizacyjnych, a także reguł funkcjonalnych sprzyjających realizacji quasi-przedsiębiorczych projektów, w obrębie dużych organizacji. Projekty te dotyczą głównie wdrożenia nowych technologii, linii produktów i otwierania nowych rynków zbytu. Wewnętrzne regulacje pozwalają na uruchamianie w ramach hierarchicznych struktur wydzielonych projektów i desygnowanie do ich wdrożenia interdyscyplinarnych zespołów na czele z liderami zdradzającymi inklinacje przedsiębiorcze. Taki zespół projektowy otrzymuje do dyspozycji środki finansowe i ma dużą swobodę ich wydatkowania. Lider zespołu jest uprawniony do zatrudniania współpracowników z pominięciem działu kadr i obowiązującej procedury rekrutacyjnej. Szczególnym rozwiązaniem w realizacji wydzielonych projektów jest tworzenie w tym celu odrębnych spółek (ang. *corporate venturing*).
- ➔ nawet w dogodnych warunkach, dla skutecznego wdrożenia „ducha przedsiębiorczości” w dużych korporacjach potrzebni są intraprzedsiebiorcy – pracownicy działający z pasją i zaangażowaniem, nieobawiający się podejmować niekonwencjonalnych ryzykownych zadań. Ważne są też zmiany w sferze kultury organizacyjnej firmy, związane z promowaniem ujawniających się liderów nowych inicjatyw i pomysłów oraz nagradzanie takich postaw. Ubocznym pozytywnym skutkiem jest to, że

„przedsiębiorcze” korporacje (np. Google) postrzegane są jako atrakcyjni pracodawcy, i nie mają problemów z przyciągnięciem najlepszych ludzi, przy relatywnie niewielkich wydatkach na rekrutację.

Z makroekonomicznej perspektywy rozwój przedsiębiorczości korporacyjnej jest zjawiskiem niewątpliwie pozytywnym. Oprócz wymiernych korzyści z tytułu zwiększonej innowacyjności ważne są także efekty społeczne, w postaci rosnącej liczby wysoko kwalifikowanych pracowników, czerpiących satysfakcję z pracy zawodowej.

4. Przedsiębiorczość poza sferą gospodarki

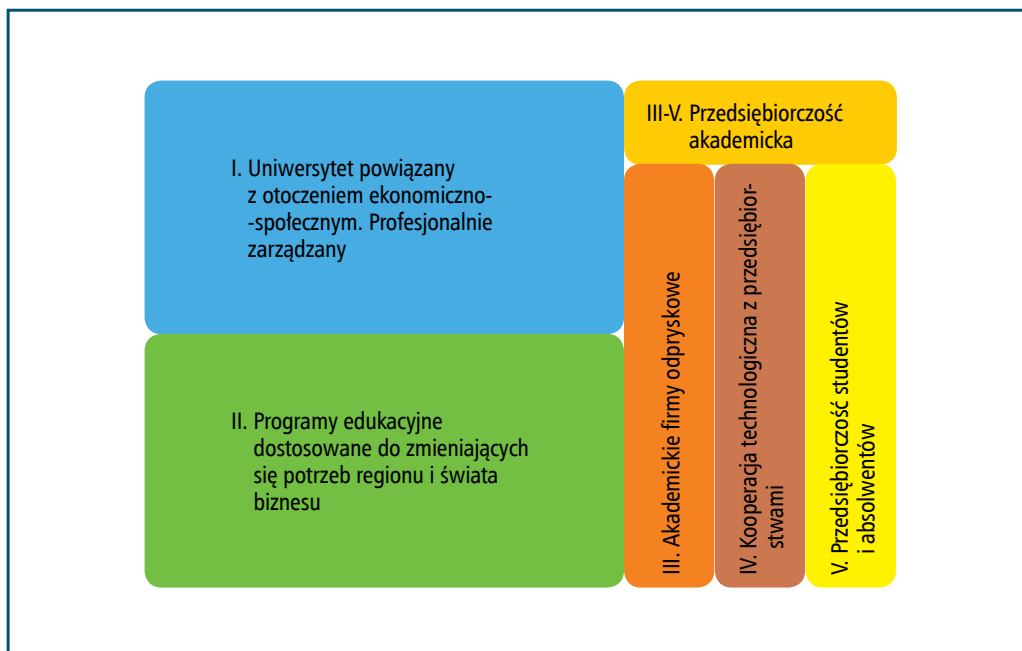
Przedstawiona wyżej idea przedsiębiorczości korporacyjnej, polegająca na zaszczipianiu „ducha przedsiębiorczości” w dużych organizacjach gospodarczych, stanowiła ważny krok w kierunku szerszego postrzegania roli przedsiębiorczości w społeczeństwie. Następny polegał na wyjściu poza sferę gospodarki i poszukiwaniu możliwości wykorzystania orientacji przedsiębiorczej (postaw proaktywnych, innowacyjnych, akceptujących ryzyko) w środowiskach akademickich, w kulturze i sztuce, działalności społecznej, a także w administracji publicznej. Mamy tu zatem do czynienia z próbami włączenia przedsiębiorczych metod w obszarach jakościowo odmiennych od świata biznesu.

4.1. Przedsiębiorczość akademicka

Akademicki wymiar przedsiębiorczości wiąże się ściśle z koncepcją Uniwersytetu III Generacji, jako bardziej zaawansowanego modelu szkoły wyższej w porównaniu do wykształconego jeszcze w XIX wieku modelu Humboldtowskiego (Matusiak, 2010)¹¹. W modelu III Generacji funkcje wyższych uczelni obejmują szerokie powiązania z gospodarką i regionem, w którym działają. To z kolei wiąże się z potrzebą wdrożenia przedsiębiorczych metod działania i zarządzania. Stąd Uniwersytet III Generacji określany jest alternatywnie jako Uniwersytet Przedsiębiorczy.

W literaturze przedmiotu nie została wypracowana jednolita definicja Uniwersytetu III Generacji. Wątpliwości definicyjne dotyczą także innej

¹¹ Uniwersytet I Generacji to średniowieczny model uniwersytetu. W modelu Humboldtowskim (II Generacja) występował wyraźny podział pracy między uniwersytetem (badania podstawowe, kształcenie kadr) a przemysłem (wdrożenie wyników badań do produkcji).



Rysunek II.8. Przedsiębiorczy uniwersytet i przedsiębiorczość akademicka

Źródło: opracowanie własne na podstawie Matusiak (2010, s. 182).

istotnej kategorii – przedsiębiorczości akademickiej (rysunek II.8). W wąskim ujęciu jest ona rozumiana jako zakładanie przez kadre naukową i doktorantów akademickich firm odpryskowych (*spin-off*), traktowanych jako wyodrębniony segment młodych firm high-tech, bazujących na zaawansowanych technologiach.

Akademickie firmy odpryskowe (*spin-off*), które zostaną omówione szerzej w rozdziale V, to tylko jeden z przejawów przedsiębiorczości akademickiej. W szerszym ujęciu pojęcie to obejmuje także kooperacyjne formy współpracy między środowiskiem naukowym a przemysłem. Mamy liczne przykłady przedsiębiorczych postaw wśród naukowców, którzy inicjują zaawansowane projekty wdrożeniowe w przemyśle i cieszą się autentycznym uznaniem środowisk biznesowych. Jednocześnie nie chcą zakładać własnych firm typu *spin-off*, obawiając się konfliktu z podstawową misją życiową, jaką jest uprawianie nauki.

Ważnym obszarem aktywności współczesnych szkół wyższych jest kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród studentów (Cieślak i in., 2011). W pierwszym etapie wdrażania tego typu inicjatyw chodziło o przygotowanie studentów do zakładania własnych firm, zwłaszcza w dziedzinach pozwalających na efektywne wykorzystanie wiedzy zdobytej w trakcie studiów. Współcześnie w działaniach edukacyjnych akcent przesuwają się w kierunku kształtowania postaw przedsiębiorczych, które mogą być wykorzystane w dużych korporacjach, a także poza sferą gospodarki. W tym

ujęciu zaszczerpiony na studiach „duch przedsiębiorczości”, staje się obecnie istotną kompetencją kadr z wyższym wykształceniem.

4.2. Przedsiębiorczość w kulturze i sztuce

Inną ważną dziedziną, w której upowszechnienie postaw i umiejętności przedsiębiorczych może odegrać ważną rolę w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego, jest szeroko pojęta sfera kultury i sztuki. Mówimy tu o aktywności przedsiębiorczej twórców i artystów, która opiera się na indywidualnych umiejętnościach i talencie.

Faktycznie ten wymiar przedsiębiorczości towarzyszy ludzkości od zarania dziejów. Artyści od zawsze sprzedawali efekty swej twórczości. Wielowiekową tradycję ma także artystyczna działalność biznesowa, nastawiona na większą skalę. Jako przykład można tu wymienić organizowanie przez renesansowych malarzy włoskich i holenderskich „manufaktur” portretów i pejzaży, w których uczniowie wykonywali podstawowe prace przygotowawcze, zaś mistrz uzupełniał jedynie najtrudniejsze fragmenty obrazu.

Współczesne zainteresowanie tym obszarem przedsiębiorczości jest pochodną rosnącego znaczenia sfery usług, w tym usług w dziedzinie szeroko rozumianej kultury. Mamy tu przejawy spektakularnych sukcesów start-upów, zwłaszcza w dziedzinie rozrywki, takich jak choćby zespoły rockowe The Beatles czy Rolling Stones. Przejawy przedsiębiorczości w kulturze nie dotyczą wyłącznie talentów na najwyższym poziomie; szansę mają także artyści ze średniej półki, umiejętnie stosujący nowoczesne techniki biznesowe.

Badacze i politycy zainteresowali się szerzej problematyką przedsiębiorczości w kulturze i jej skutkami dla gospodarki stosunkowo niedawno, bo dopiero w latach 90. Podjęto próbę zdefiniowania tzw. sektorów kreatywnych (*creative industries*)¹², a także unifikacji stosowanych pojęć i klasyfikacji w skali międzynarodowej (UNCTAD, 2010a).

Wyodrębnienie przedsiębiorczości kultury nie jest łatwe, gdyż zakresy tzw. usług opartych na wiedzy i sektorów kreatywnych w dużym stopniu się pokrywają. Chodzi tu zwłaszcza o takie dziedziny jak działalność filmowa, produkcja nagrań muzycznych i wideo, a także działalność radio-telewizyjna. W obrębie spopularyzowanej przez R. Floridę „klasy kreatywnej” oprócz ludzi rozrywki, malarzy i grafików, muzyków, znajdują się pracownicy wiedzy (konsultanci, specjaliści w dziedzinie służby zdrowia, menedżerowie biznesu) (Florida, 2010). Spore zamieszanie wynika także

¹² Położenie akcentu na kreatywność i upowszechnienie terminu „sektory kreatywne” (*creative industries*) zawdzięczamy pionierskim inicjatywom, podejmowanym w latach 90. przez brytyjski Departament ds. Kultury Mediów i Sportu (DCMS, 2001).

z utożsamiania kreatywności wyłącznie z kulturą i sztuką, podczas gdy jest to bezcenna predyspozycja, również w „klasycznej” działalności biznesowej.

Czym wyróżniają się przedsiębiorcy kultury na tle „normalnych” przedsiębiorców? Najważniejsze różnice dotyczą celu prowadzonej działalności i oczekiwanego poziomu oryginalności. Zarówno artysta, jak i przedsiębiorca dążą do stworzenia czegoś wyjątkowego i oryginalnego. Dla artysty oryginalność jest celem samym w sobie, zaś dla przedsiębiorcy ważne jest, by produkt zaspokajał określone potrzeby, bo tylko wtedy odbiorcy będą skłonni za niego zapłacić.

Prowadzone od kilkunastu lat badania i analizy wykazały istotny i rosnący udział sektorów kultury w zatrudnieniu i PKB, co zwróciło uwagę polityków (Flew, 2012), w pierwszej kolejności w Wielkiej Brytanii. Inicjowane w różnych krajach programy wsparcia przedsiębiorczości kultury i sztuki dotyczą głównie dwóch obszarów. Pierwszy to zaszczepienie „ducha przedsiębiorczości” w najmłodszym pokoleniu artystów – studentów artystycznych szkół średnich i wyższych. Drugi dotyczy twórców „średniego talentu”. W przeciwieństwie do artystów wybitnie uzdolnionych, ci pierwsi nie mogą liczyć na zainteresowanie finansistów i menedżerów kreatywnego biznesu. Stąd wielu potencjalnie obiecujących twórców pozostaje na etapie prowadzenia działalności jednoosobowo na bardzo ograniczoną skalę. Przy niewielkim wsparciu szkoleniowo-doradczym i finansowym część z nich jest w stanie przejść na wyższy poziom aktywności, dając przy okazji zatrudnienie innym.

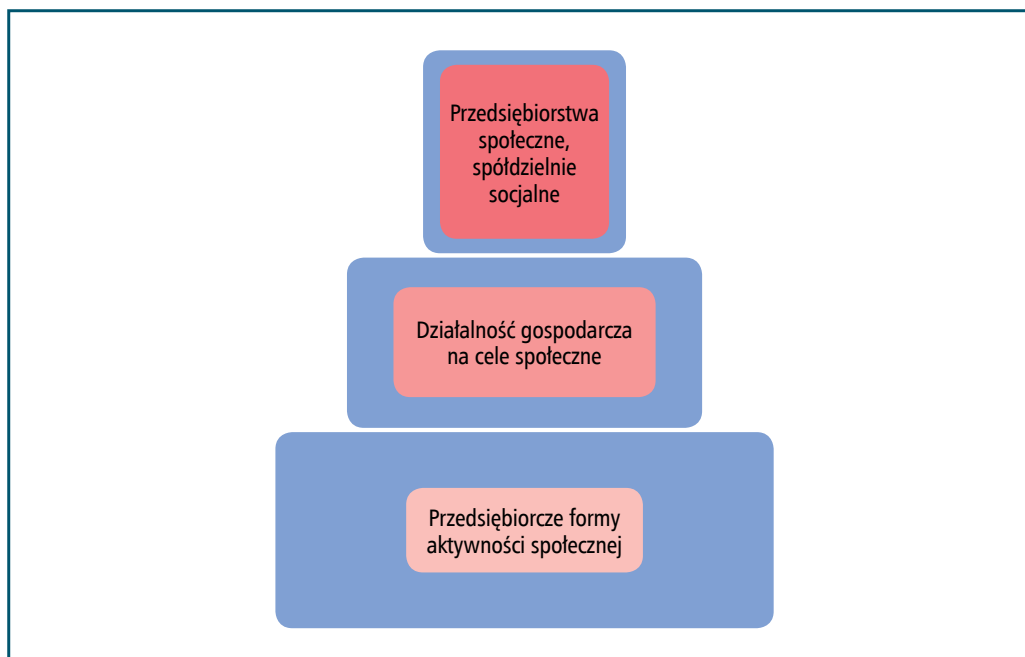
4.3. Przedsiębiorczość społeczna

Mówiąc o przedsiębiorczości społecznej, mamy na myśli inicjatywy podejmowane przez przedsiębiorcze jednostki, z pasją podejmujące ważne dla społeczeństwa wyzwania, kierując się motywami altruistycznymi i wewnętrzną potrzebą kreowania społecznej wartości dodanej. Co istotne, wspomniane cele społeczne są osiągnięte z wykorzystaniem przedsiębiorczych metod działania.

Przedsiębiorczość społeczna może być realizowana w ramach zróżnicowanych form organizacyjno-prawnych: od luźnych inicjatyw obywatelskich, podejmowanych dla rozwiązania problemów w skali lokalnej, po sformalizowane struktury, takie jak stowarzyszenia czy fundacje podejmujące ważne dla społeczeństwa kwestie w skali ogólnokrajowej czy międzynarodowej.

W badaniach nad przedsiębiorczością społeczną można wskazać trzy podstawowe kierunki (rysunek II.9)¹³. Pierwszy skupia się na szczególnej

¹³ Przegląd głównych nurtów badawczych i definicji przedsiębiorczości społecznej zawiera artykuł Hoogendoorn i in. (2010), a w języku polskim praca zbiorowa (Mair i in., 2010).



Rysunek II.9. Zróżnicowanie form przedsiębiorczości społecznej

Źródło: opracowanie własne.

formie prawno-organizacyjnej dla prowadzenia tego typu działalności, jaką jest przedsiębiorstwo społeczne, a także spółdzielnia socjalna. W wielu krajach są to jednostki o szczególnym statusie prawnym, mające określone przywileje w korzystaniu ze wsparcia ze strony władz publicznych.

Drugi kierunek obejmuje działalność gospodarczą, podejmowaną przez organizacje społeczne w celu pozyskania środków na działalność statutową. Rozwinął się on w latach 70. i 80. w USA, gdy w warunkach pogorszenia koniunktury zmniejszyły się wpłaty darczyńców na rzecz organizacji non-profit, realizujących programy w zakresie walki ubóstwem, edukacji czy ekologii.

Najbliższy idei społecznej przedsiębiorczości jest tzw. nurt innowacyjny, który skupia się na wprowadzeniu nowych, lepszych sposobów rozwiązywania problemów społecznych, w ramach głównego obszaru aktywności organizacji społecznych. Wracamy tu do pojęcia orientacji przedsiębiorczej, czyli działań proaktywnych, innowacyjnych, podejmowanych z akceptacją pewnego ryzyka. W działalności społecznej wyraża się to w niekonwencjonalnych metodach identyfikowania celów, a następnie wdrożeniu takich metod realizacji, które przyniosą największy efekt społeczny przy ograniczonych zasobach, nawet jeśli narusza to utarte schematy. W Polsce przykładem przedsiębiorczego nurtu jest niewątpliwie Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, która wprowadziła niekonwencjonalne metody organizacji zbiórki funduszy.

Połączenie przedsiębiorczości z realizacją celów społecznych budzi generalnie pozytywne skojarzenia. Trzeba jednak mieć świadomość obiektywnych ograniczeń. Jeśli na przykład organizujemy pomoc żywnościową dla ogarniętych suszą rejonów Afryki, za pośrednictwem lokalnej administracji, może się okazać, że tylko znikoma część żywności dotrze do najbardziej potrzebujących. Bardziej skuteczne byłoby wykorzystanie kanałów nieformalnych, co jednak ogranicza przejrzystość ze względu na brak odpowiedniej dokumentacji. Nieformalny wariant jest stosunkowo łatwy, jeśli społeczny przedsiębiorca finansuje projekt z własnych środków. Może natomiast budzić poważne wątpliwości, gdy zaangażowane są środki innych darczyńców. Przy finansowaniu ze środków publicznych wspomniane rozwiązanie może być niemożliwe ze względów formalno-prawnych.

Przy tych wszystkich zastrzeżeniach rozbudzenie przedsiębiorczego ducha w działalności społecznej to ważny kierunek podnoszenia na wyższy poziom funkcjonowania organizacji pozarządowych. Kluczem do sukcesu jest przyciąganie kreatywnych jednostek i takie rozluźnienie sformalizowanych struktur, by umożliwić im skuteczne działanie.

4.4. Przedsiębiorczość w sektorze publicznym

Niezależnie od różnic poglądów na temat roli państwa, administracja publiczna jest ważnym i trwałym elementem funkcjonowania gospodarki i społeczeństwa. Stąd istotnym wyzwaniem jest poprawa jego efektywności. Czy można wykorzystać w tym celu „ducha” przedsiębiorczości¹⁴ i np. zachęcać urzędników instytucji państwowych i samorządowych, by byli przedsiębiorczy w świadczeniu usług publicznych na rzecz obywateli? Doświadczenia stosunkowo nielicznych krajów wskazują, że takie możliwości istnieją, choć trzeba się liczyć z ograniczeniami wynikającymi ze specyfiki tego sektora (Klein i in., 2010; Diefenbach, 2011).

Wspomniane ograniczenia wynikają z faktu, że administracja jest finansowana ze środków publicznych a to wiąże się ze szczegółowymi wymogami dotyczącymi sposobów ich wydatkowania, dokumentowania, a także odpowiedzialności funkcjonariuszy administracji publicznej. Nie bez znaczenia jest też to, że ta sfera działalności podlega wpływom politycznym, a w walce o władzę bardzo ważnym instrumentem są zarzuty opozycji dotyczące niegospodarności i korupcji. To wszystko prowadzi do bardzo szczegółowej formalizacji działań w obrębie administracji publicznej, co kojarzy się z biurokratyczną rutyną.

¹⁴ Mówiąc o przedsiębiorczości w sektorze publicznym, abstrahujemy od funkcjonujących w jego strukturach przedsiębiorstw, będących własnością publiczną. W ich przypadku wykorzystuje się nowoczesne metody zarządzania stosowane w sektorze prywatnym, w tym te z zakresu przedsiębiorczości korporacyjnej.

Z tego względu pole dla indywidualnej inicjatywy, proaktywności, niekonwencjonalnych, ryzykownych zachowań w administracji publicznej jest dość ograniczone. Przykładowo: burmistrz małego miasteczka, przystępując do remontu siedziby urzędu, nie może wybrać usługodawcy w drodze bezpośrednich negocjacji, mimo że krąg potencjalnych wykonawców i przybliżony koszt zlecenia jest znany. Konieczne jest przeprowadzenie przetargu, co wiąże się z dodatkowymi kosztami i wydłużeniem całej procedury.

Wspomnianych ograniczeń w administracji publicznej nie wolno lekceważyć, co jednak nie wyklucza możliwości realizacji przedsiębiorczych inicjatyw również w tym sektorze. W historii funkcjonowania administracji publicznej mamy liczne przykłady liderów podejmujących niestandardowe, acz skuteczne działania. W Polsce rośnie liczba prezydentów dużych i średnich miast, słynących z niekonwencjonalnych działań. Mimo że często są one podejmowane wbrew opinii publicznej, tacy przedsiębiorczy liderzy lokalnej administracji są wybierani na kolejne kadencje.

Nowe możliwości realizacji idei przedsiębiorczości publicznej wiążą się z zastosowaniem nowoczesnych technologii informacyjnych (ICT). Pozwala to na usprawnienie procesu świadczenia usług oraz ułatwia komunikację na linii urząd–obywatel. Jakościowa zmiana następuje jednak wtedy, gdy nowoczesne technologie ICT są wykorzystywane do angażowania obywateli w rozwiązywanie ważnych problemów danej społeczności, a także wykorzystania ich wiedzy i doświadczenia. Dzięki temu zwiększa się udział obywateli w procesie podejmowania decyzji. Ponadto obywatele są włączani do świadczenia usług publicznych i to w formie nieodpłatnej, co, rzecz jasna, obniża koszt ich świadczenia. Prowadzone w tej dziedzinie eksperymenty nawiązują do doświadczeń sektora prywatnego. Chodzi tu przykładowo o naturalną skłonność konsumentów korzystających z zakupów internetowych do nieodpłatnego dzielenia się opiniami o produktach, a także do sugerowania ewentualnych usprawnień.

O tym, jak bardzo zaskakujące mogą to być inicjatywy, może świadczyć zainicjowany w 2009 r. przez Amerykański Urząd Patentowy projekt o nazwie *Peer to Patent* (Noveck, 2006). Wspomniany urząd od lat borykał się z opóźnieniami w ocenie zgłoszeń patentowych, przede wszystkim z pracochłonną procedurą sprawdzenia nowatorstwa danego wynalazku, na tle dotychczasowego stanu wiedzy. W największym skrócie projekt *Peer to Patent* polegał na uruchomieniu obywatelskich branżowych zespołów doradczych, które nieodpłatnie dokonywały wstępnej oceny zgłoszeń patentowych. Efektem pracy zespołów były niewiążące rekomendacje przekazywane urzędnikom Urzędu Patentowego, odpowiedzialnym za podjęcie ostatecznej decyzji. Okazało się, że wielu uczestników obywatelskich zespołów doradczych, nawet bez formalnego wykształcenia, dysponowało

bezcenną wszechstronną wiedzą, która okazała się niezmiernie przydatna, zwłaszcza dla szybkiej eliminacji zgłoszeń wynalazków niespełniających kryterium nowości (Bestor i Hamp, 2010).

Obecnie w krajach wysoko rozwiniętych, które dysponują odpowiednią infrastrukturą technologiczną, następuje proces przechodzenia od etapu e-urzędu (*e-government*) do formuły „otwartego rządu” (*open government*). Prace koncepcyjne w tej dziedzinie zostały podjęte także w Polsce (Hofmokr i in., 2011). Na tym wyższym etapie chodzi przede wszystkim o wykorzystanie nowoczesnych technologii dla włączania obywateli w proces podejmowania decyzji na wszystkich szczeblach administracji. Kluczem do sukcesu jest odpowiednie wykształcenie kadry administracji publicznej. Dotyczy to nie tylko wymiaru *stricte* technicznego; ważniejsze jest kształtowanie postaw kreatywnych i swoistej „spostzegawczości przedsiębiorczej”, by zidentyfikować możliwości zastosowań nowoczesnych technologii cyfrowych w bieżącym funkcjonowaniu administracji publicznej.



Przedstawiona w największym skrócie „mapa” przedsiębiorczości pokazuje różnorodność tej sfery aktywności człowieka. Z perspektywy jednostki już zaangażowanej bądź planującej rozpoczęcie działalności gospodarczej takie zróżnicowanie jest ze wszech miar korzystne, ponieważ pozwala odnaleźć swoje miejsce na tej „mapie”, z uwzględnieniem indywidualnych cech, preferencji i możliwości.

Z kolei dla polityka gospodarczego wspomniana różnorodność stawia szczególne wyzwanie, zwłaszcza jeśli chodzi o wdrażanie selektywnych instrumentów wsparcia skierowanych do określonych grup przedsiębiorców. Występuje bowiem ryzyko, że wsparcie zostanie błędnie zaadresowane i w efekcie nie przyniesie założonych rezultatów. O problemach i zagrożeniach w tej dziedzinie, będziemy szerzej mówić w rozdziale VII.

Rozdział



Pomiar aktywności przedsiębiorczej – porównania międzynarodowe



W rozdziale I wykazywaliśmy, że zarówno w badaniach naukowych, jak i w sferze polityki społeczno-gospodarczej przedsiębiorczość jest definiowana w bardzo różny sposób. Wpływa to niekorzystnie na poziom debaty publicznej na temat istoty i skali tego zjawiska, co bardzo dobrze widać na przykładzie Polski. Nie tylko publicyści, lecz także poważni analitycy i naukowcy formułują skrajne opinie: od entuzjastycznych ocen przedsiębiorczych skłonności Polaków po stwierdzenia, że w tej dziedzinie znajdujemy się daleko za innymi narodami. Na obronę wspomnianych poglądów przytaczane są dane i wskaźniki oparte na różnych źródłach i konstruowane w różny sposób. W takim przypadku ustalenie prawdziwego obrazu rzeczywistości i rozstrzygnięcie wspomnianych sporów jest praktycznie niemożliwe.

W niniejszym rozdziale podejmiemy próbę uporządkowania podstawowych pojęć i metod pomiaru aktywności przedsiębiorczej. Na tej podstawie dokonamy analizy porównawczej sytuacji w Polsce na tle innych krajów Europy i świata.

1. Co i jak mierzymy – typologia metod statystycznego pomiaru aktywności przedsiębiorczej

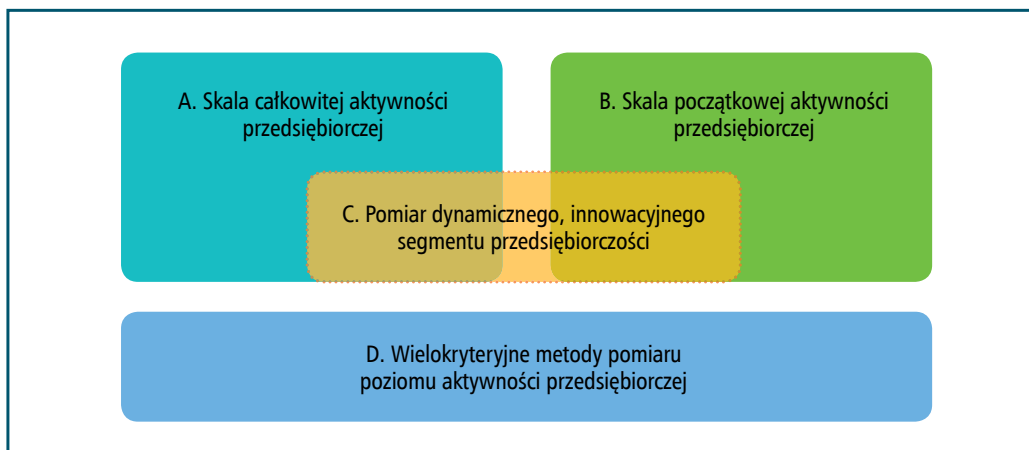
Różnice w metodach pomiaru aktywności przedsiębiorczej mają źródło w prezentowanych w podrozdziale I.3 sporach definicyjnych, dotyczących samej istoty przedsiębiorczości. Jeśli chodzi o generalne podejście, wspólnie można wskazać na cztery podstawowe kierunki (rysunek III.1).

A. Skala całkowitej aktywności przedsiębiorczej

Pomiar przedsiębiorczości sprowadza się tu do ustalenia liczby osób bądź podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Punktem odniesienia jest zazwyczaj populacja ludności aktywnej zawodowo. Ta metoda ma swoje korzenie w postrzeganiu przedsiębiorczości jako small businessu.

B. Skala początkowej aktywności przedsiębiorczej

W tym ujęciu dokonujemy pomiaru przedsiębiorczości jako aktu inicjacji działalności gospodarczej. Wychodząc z założenia, że przedsiębiorczość wiąże się ze wczesnym stadium rozwoju firmy, uwaga badaczy



Rysunek III.1. Podstawowe kierunki pomiaru aktywności przedsiębiorczej

Źródło: opracowanie własne.

i statystyków skupiona jest na przedsiębiorstwach nowo powstałych. Obserwacja tej grupy służy do oceny „koniunktury przedsiębiorczej” i jej wahań w czasie.

C. Pomiar dynamicznego, innowacyjnego segmentu przedsiębiorczości

Tu z kolei nawiązuje się do rozróżnienia między „prawdziwą” a drobną przedsiębiorczością (small businessem). Chodzi zatem o ustalenie, jaki jest udział tej pierwszej grupy w całej populacji przedsiębiorców. W tym celu analizuje się różne przejawy ambicji (aspiracji) przedsiębiorczych, takie jak dynamika obrotów i zatrudnienia, wdrażanie innowacji czy aktywne wychodzenie na rynki międzynarodowe.

D. Wielokryteryjne systemy pomiaru aktywności przedsiębiorczej

Przy takim podejściu akcentuje się wielowymiarowy charakter przedsiębiorczości. Wobec ograniczonej przydatności prostych wskaźników, podjęto działania w celu stworzenia wskaźników zagregowanych. Tu widać ewidentną zbieżność z podobnymi metodami międzynarodowych analiz porównawczych, dotyczących innowacyjności czy konkurencyjności.

Istotną trudność w porównaniach międzynarodowych wynika także z różnic metodologicznych w systemie gromadzenia danych o aktywności przedsiębiorczej w poszczególnych krajach. W ostatnich kilkunastu latach obserwujemy tendencję do ustalenia międzynarodowych standardów w tej dziedzinie. Mamy tu na myśli działania OECD i Komisji Europejskiej w sprawie jednolitych metod pomiaru aktywności ekonomicznej ludności oraz podstawowych wskaźników przedsiębiorczości. Istotną rolę odegrały

także prace metodologiczne prowadzone w ramach Projektu Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (por. podrozdział III.3).

Jeden z istotnych dylematów w pomiarze aktywności przedsiębiorczej polega na tym, czy uwzględniać tego typu aktywność w rolnictwie. Współcześnie przeważa pogląd, że gospodarstwa rolne to bardzo specyficzny rodzaj działalności gospodarczej i powinny być analizowane odrębnie. Takie podejście konsekwentnie stosujemy w niniejszej pracy, prezentując dane z wyłączeniem rolnictwa¹.

Mimo wszystkich zastrzeżeń i wątpliwości natury metodologicznej, stosowane narzędzia pomiaru aktywności przedsiębiorczej mogą być pomocne w kształtowaniu polityki przedsiębiorczości. Z perspektywy kraju znajdującego się na średnim poziomie rozwoju takiego jak Polska ważne jest rozpoznanie zjawisk i procesów, które już się ujawniły w krajach wysoko rozwiniętych. Wiarygodne i porównywalne dane gromadzone w okresie kilku czy kilkunastu lat mogą być też wykorzystane do monitorowania efektów wdrożenia konkretnych instrumentów polityki gospodarczej.

2. Pomiar całkowitej aktywności przedsiębiorczej

W praktyce statystycznej ogólny poziom aktywności przedsiębiorczej mierzy się dwojako:

- ➔ przez ustalenie liczby podmiotów, których działalność gospodarcza została sformalizowana, w ramach obowiązujących w danym kraju regulacji prawnych, lub
- ➔ przez ustalenie liczby osób, które nie są pracownikami najemnymi, ale zgodnie z terminologią statystyczną „pracują na własny rachunek”. W tym przypadku abstrahujemy od formy prawnej prowadzonej działalności gospodarczej.

Jeśli chodzi o pierwszy kierunek, okazuje się, że uzyskanie porównywalnych w skali międzynarodowej danych na temat liczby podmiotów gospodarczych nie jest łatwe, nawet w grupie najwyżej rozwiniętych krajów OECD. Wynika to z różnych metod pozyskiwania danych:

¹ W praktyce obok rolnictwa odrębnie traktuje się leśnictwo, łowiectwo, rybactwo i rybołówstwo. Jednak liczba podmiotów gospodarczych w tych gałęziach gospodarki jest marginalna.

- ➔ Dane z rejestrów przedsiębiorstw. Podstawowe trudności wynikają z różnic dotyczących obowiązku rejestracji. W niektórych krajach obowiązują określone minimalne progi (zatrudnienia, obrotów), po przekroczeniu których rejestracja staje się obowiązkowa. Zróżnicowany jest też zakres gromadzonych w rejestrach danych. Przykładowo w polskim Rejestrze REGON nie są gromadzone dane ekonomiczne przedsiębiorstw, co czyni ten rejestr mało przydatnym dla prowadzenia pogłębionych analiz;
- ➔ Cykliczne badania statystyczne sektora przedsiębiorstw. Są to najczęściej badania prowadzone metodą reprezentacyjną, a wyniki uogólniane są na całą populację. Tu z kolei mamy do czynienia ze zróżnicowaną metodologią i zakresem prowadzenia tego typu badań w różnych krajach.

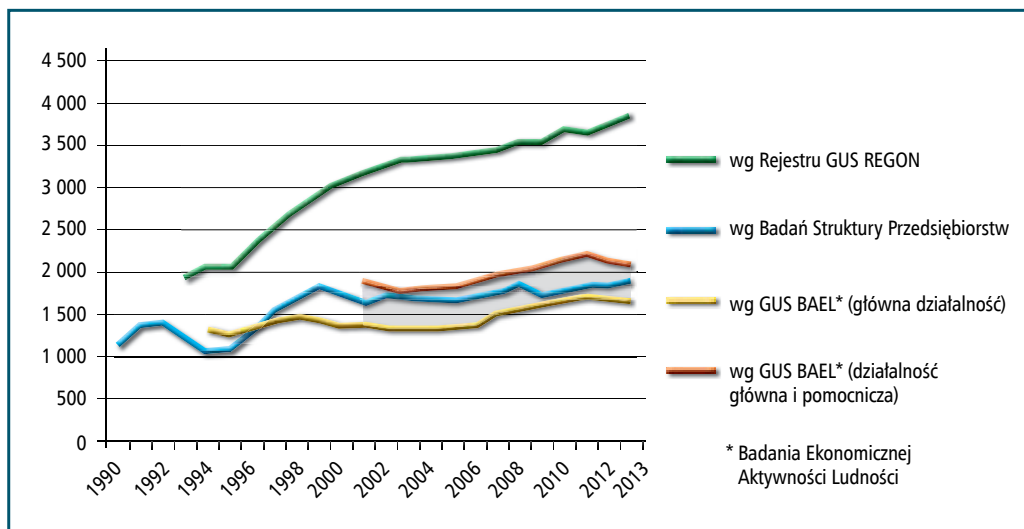
Natomiast jeśli chodzi o określenie liczby osób prowadzących własną działalność gospodarczą, podstawowym źródłem danych statystycznych są badania aktywności ekonomicznej ludności (BAEL)². Tu przedmiotem badania nie są podmioty gospodarcze, ale gospodarstwa domowe oraz ich członkowie. Dla pomiaru aktywności przedsiębiorczej wyodrębnia się w nomenklaturze BAEL osoby „pracujące na własny rachunek”, rozróżniając następnie sytuację, gdy aktywność ta jest prowadzona z udziałem pracowników najemnych i bez nich. Zaletą statystyki BAEL w przypadku krajów Unii Europejskiej i, szerzej, OECD jest ciągłość metodyczna na przestrzeni kilkudziesięciu lat i wysoki stopień standaryzacji stosowanych metod³.

Wobec różnych źródeł danych oraz różnic metodologicznych uzyskiwane wyniki nie są w pełni porównywalne. Zilustrujmy praktyczne kwestie z tym związane na przykładzie pomiaru całkowitej aktywności przedsiębiorczej w Polsce w latach 1990–2013. Rysunek III.2 oraz tabela 1 (Aneks) prezentują ujednocnione dane z trzech podstawowych zbiorów danych statystycznych, a więc Rejestru REGON, cyklicznego badania GUS dotyczącego sektora przedsiębiorstw oraz badania aktywności ekonomicznej ludności (BAEL). Zgodnie z przyjętą konwencją dane te nie obejmują podmiotów gospodarczych w rolnictwie.

W pierwszej kolejności zwraca uwagę duża, bo ok. 50%, różnica między danymi z Rejestru REGON a pozostałymi pomiarami. Wynika to z faktu, że

² Angielska terminologia to Labour Force Survey (LFS).

³ W grupie „starych” członków UE; porównywalne dane są dostępne od początku lat 70. Także kraje, przechodzące transformację ustrojową bardzo szybko przyjęły standardy i zalecenia Eurostatu w tym obszarze badań statystycznych. Przykładowo w Polsce GUS rozpoczął badania aktywności ekonomicznej ludności (BAEL) według zaleceń Eurostatu już w 1992 r. a pełną porównywalność danych uzyskano w 1994 roku.



Rysunek III.2. Liczba podmiotów zaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce w latach 1990–2013 (w tys.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z różnych publikacji GUS z lat 1991–2014 oraz danych źródłowych. Zob. tabela 1 (Aneks).

zwłaszcza w latach 90., wiele zarejestrowanych podmiotów nigdy nie rozpoczęło działalności bądź też zaprzestało ją, nie dopełniając obowiązku wyrejestrowania firmy⁴. Historyczny nawis „martwych dusz” w Rejestrze REGON prowadzi do wielu nieporozumień dotyczących skali aktywności przedsiębiorczej w Polsce. Bardzo często spotykamy się z bezrefleksyjnym powoływaniem się na dane z Rejestru REGON, nie tylko przez publicystów, lecz także naukowców oraz przedstawicieli administracji publicznej.

W aktualnej postaci Rejestr REGON nie jest przydatny dla pogłębionej oceny poziomu aktywności przedsiębiorczej także dlatego, że nie są w nim gromadzone nawet podstawowe dane ekonomiczne. W momencie rejestracji przedsiębiorca określa planowaną liczbę zatrudnionych, ale nie ma obowiązku jej aktualizacji.

Jednocześnie zwraca uwagę daleko idąca, zwłaszcza w ostatnich latach, zbieżność wyników na temat liczby aktywnych podmiotów gospodarczych uzyskiwanych przez GUS z dorocznego badania populacji aktywnych przedsiębiorstw oraz badania aktywności ekonomicznej ludności BAEL.

⁴ Nieaktualność rejestrów przedsiębiorców nie jest bolączką typową dla Polski, gdyż borykają się z nią urzędy statystyczne w wielu krajach. Jako pokazują doświadczenia, najtrudniej jest oczyścić historyczny „nawis” nieaktywnych przedsiębiorców. GUS podejmował różne działania porządkujące, jednak radykalne oczyszczenie wymagałoby zmiany obowiązujących przepisów. Pewne możliwości w tej dziedzinie stwarza uruchomienie w 2011 r. Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG). Wprowadzono tam zasadę automatycznego wykreślenia z ewidencji, gdy przedsiębiorca nie wznowi działalności w ciągu 24 miesięcy od jej zawieszenia.

Dokładniejsza analiza pokazuje jednak, że tak duża zbieżność jest w pewnym stopniu przypadkowa i kamufluje istotne różnice wynikające z odmiennych metod pomiaru. W dorocznym badaniu sektora przedsiębiorstw podstawową jednostką analizy jest zarejestrowany podmiot prowadzący aktualnie działalność gospodarczą. Nie uwzględnia się działalności gospodarczej prowadzonej na podstawie umowy zlecenia lub umowy o dzieło, a jest to rozpowszechniona forma wśród przedstawicieli wolnych zawodów. Jednocześnie liczba przedsiębiorców jest wyższa niż liczba podmiotów, ponieważ w spółkach osobowych i kapitałowych często mamy dwóch właścicieli lub większą ich liczbę. Tylko w sektorze mikroprzedsiębiorstw różnica między liczbą podmiotów a liczbą przedsiębiorców wynosiła w 2012 r. ok. 14% (por. tabela 5, Aneks).

Natomiast populacja objęta badaniem BAEL jest ograniczona do osób traktujących działalność gospodarczą, jako podstawową formę aktywności zawodowej. Nie obejmuje więc przedsiębiorców hybrydowych (zob. podrozdział II.2), którzy, gdy mają zarejestrowaną działalność gospodarczą, są przedmiotem cyklicznego badania sektora przedsiębiorstw GUS. Od roku 2001 w badaniach BAEL istnieje możliwość uwzględnienia także przedsiębiorców hybrydowych, czyli traktujących pracę na własny rachunek jako działalność pomocniczą, w stosunku do głównej działalności, jaką jest praca najemna.

Biorąc pod uwagę przytoczone dane z dwóch omawianych wyżej źródeł, można szacować liczbę aktywnych podmiotów gospodarczych, poza rolnictwem, leśnictwem i rybactwem, na ok. 1,9 miliona w 2013 r., z czego 99,8% przypada na firmy mikro, małe i średnie. Osób czynnie zaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej (jako główna lub pomocnicza forma aktywności ekonomicznej) było natomiast w tym roku ok. 2,1 miliona. Ta wysoka zbieżność wskazuje na zasadność równoległego wykorzystywania różnych źródeł danych do oceny aktywności przedsiębiorczej, czyli stosowania naukowej metody triangulacji.

3. Pomiar początkowej aktywności przedsiębiorczej

Zainteresowanie badaniami aktywności przedsiębiorczości we wczesnej fazie wynika z dwóch przyczyn. Po pierwsze, dla części badaczy to właśnie w fazie rozruchu nowej firmy ujawnia się duch przedsiębiorczości. Potem mamy do czynienia z zarządzaniem małą, ewentualnie coraz większą firmą (por. podrozdział I.3). Z kolei dla tych, którzy przedsiębiorczość utożsamiają z całą populacją mniejszych firm, zjawiska i tendencje w początkowym etapie stanowią swoisty barometr przedsiębiorczej koniunktury. Poniżej

przedstawione zostaną trzy najważniejsze systemy pomiaru, stosowane w porównaniach międzynarodowych.

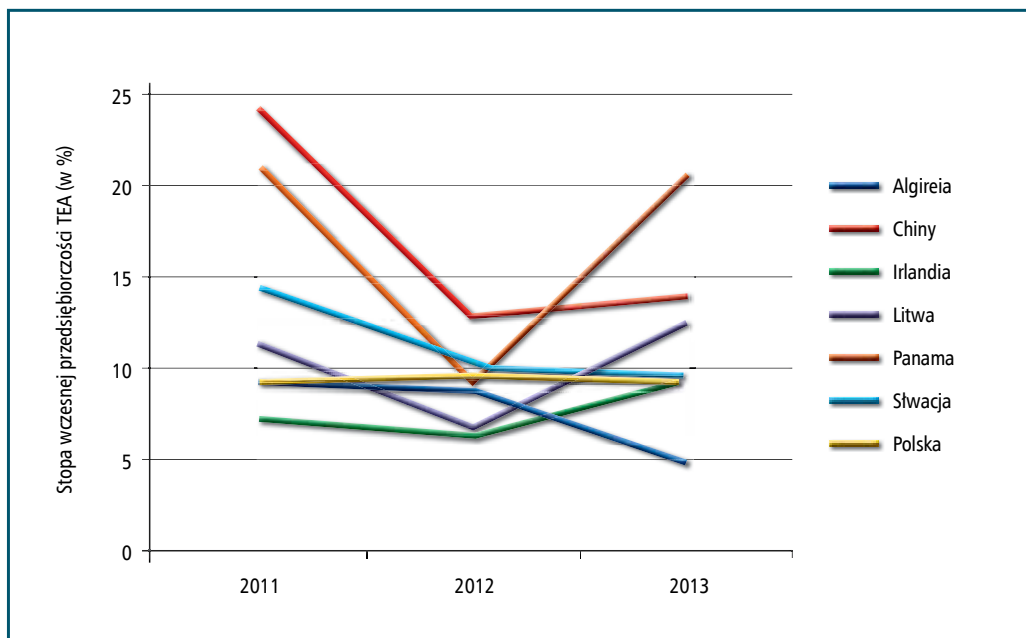
3.1. Pomiar aktywności przedsiębiorczej we wczesnym stadium GEM

W dziedzinie pomiaru początkowej fazy przedsiębiorczości, zasadniczy postęp zawdzięczamy inicjatorom międzynarodowego projektu Badawczego Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Badania GEM są prowadzone od 1999 r. w krajach zarówno wysoko rozwiniętych, jak i rozwijających się. W roku 2013 objętych nimi zostało 70 krajów, w tym Polska (wcześniej Polska uczestniczyła w badaniach GEM w latach: 2002, 2004, 2011 i 2012).

W koncepcji badawczej GEM istotną rolę odgrywa wskaźnik (stopa) „przedsiębiorczości we wczesnym stadium” (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity – TEA) (Węclawska i in., 2013). Mierzy on udział „przedsiębiorców fazy początkowej” w populacji ludności w wieku produkcyjnym (18–64 lata). Charakterystyczna dla Projektu GEM jest definicja „początkującego przedsiębiorcy”. Jest to osoba, która konkretnie przygotowuje się do uruchomienia własnego biznesu bądź prowadzi go, ale nie dłużej niż 42 miesiące (3,5 roku). Uwzględnienie osób realnie zainteresowanych ścieżką przedsiębiorczą, ale nieprowadzących jeszcze działalności gospodarczej, to unikalna koncepcja badaczy zaangażowanych w projekcie GEM. Przyjęty górny wiek początkującej firmy – 3,5 roku – jest stosunkowo niski na tle innych badań, gdzie standardowo przyjmuje się pułap 5–8 lat (por. podrozdział I.3).

Projekt GEM ma duże znaczenie we współczesnej debacie na temat roli przedsiębiorczości w procesie rozwoju gospodarczego. Jest też przykładem sukcesu „przedsiębiorczości badawczej”, o czym świadczy olbrzymia liczba publikacji w renomowanych czasopismach, doktoratów, monografi i opracowań, które bazują na danych z Projektu GEM. Podejście metodologiczne, sposób gromadzenia danych i ich interpretacji budzą jednak wiele zastrzeżeń. Przykładowo: amerykańscy badacze zwracają uwagę, że jakkolwiek minimalna wielkość próby w badaniu ankietowym GEM (ok. 2000 osób w każdym kraju) może być adekwatna dla celów analiz marketingowych, jednak dla potrzeb badań naukowych jest niewystarczająca. To może tłumaczyć duże różnice między wynikami GEM dla USA a oficjalnymi statystykami amerykańskimi (Baumol i in., 2007, s. 283).

Wątpliwości budzą też duże i różnokierunkowe wahania wskaźnika TEA dla poszczególnych krajów w kolejnych rocznych badaniach. Ilustruje to rysunek III.3. W przypadku niektórych krajów duża amplituda wahań w latach 2011–2013 jest, biorąc pod uwagę krótki okres obserwacji, trudna do wytłumaczenia. Na tym tle poziom wskaźnika TEA dla Polski był względnie wyrównany.



Rysunek III.3. Wahania wskaźnika TEA w wybranych krajach w latach 2011–2013

Źródło: baza danych projektu GEM 2014.

3.2. Stopa narodzin przedsiębiorstw OECD-Eurostat

Wskaźnik (stopa) narodzin przedsiębiorstw to jeden z kilkunastu wskaźników obrazujących poziom aktywności przedsiębiorczej i jej znaczenie w gospodarce, wprowadzonych do systemu statystycznego OECD-Eurostat w ramach kompleksowego Programu Mierników Przedsiębiorczości (Entrepreneurship Indicators Programme – EIP), zainicjowanego przez OECD w 2004 roku (OECD, 2013a). U podstaw tej inicjatywy leży przekonanie, że działania na rzecz rozwoju przedsiębiorczości będą bardziej skuteczne, jeśli wdrożony zostanie ujednoczony system mierników, umożliwiający porównania międzynarodowe oraz monitorowanie efektów polityki gospodarczej w poszczególnych krajach.

Wskaźnik narodzin to iloraz liczby nowych przedsiębiorstw-pracodawców, powstałych w danym roku do ogólnej liczby firm-pracodawców. Konstrukcja tego wskaźnika wskazuje na istotne problemy pomiaru, związane ze znaczącą liczbą podmiotów niezatrudniających pracowników, czyli firm solo (por. podrozdziały II.2 oraz IV.4). Po pierwsze, w niektórych krajach wysoko rozwiniętych tego typu podmioty nie mają obowiązku zgłoszenia do rejestru przedsiębiorstw i w rezultacie nie są uwzględniane w statystykach. Po drugie, decyzja o rejestracji w przypadku takich firm często

nie prowadzi do faktycznego rozpoczęcia działalności. Dlatego też niektóre wskaźniki aktywności przedsiębiorczej (wskaźnik narodzin, zgonów, przeżycia) zaproponowane w ramach systemu statystycznego OECD-Eurostat, dotyczą wyłącznie firm-pracodawców.

3.3. Stopa wczesnej przedsiębiorczości WBGES

Próbie pomiaru wczesnej aktywności przedsiębiorczej podjął także Bank Światowy, tworząc Bazę Przedsiębiorczości WBGES (World Bank Group Entrepreneurship Survey) (Klapper i in., 2009). W porównaniu do Projektu GEM przyjęte założenia metodologiczne są zasadniczo odmienne. Przede wszystkim Baza WBGES stanowi statystyczne zaplecze dorocznego rankingu łatwości prowadzenia działalności gospodarczej (Ease of Doing Business). W tym rankingu otoczenie instytucjonalne dla prowadzenia biznesu jest oceniane przez pryzmat funkcjonowania spółek z ograniczoną odpowiedzialnością. Stąd w Bazie WBGES gromadzone są informacje, dotyczące tylko takich podmiotów gospodarczych.

Stopa wczesnej przedsiębiorczości WBGES dla konkretnego kraju to liczba zarejestrowanych w danym roku spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, przypadająca na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym. Baza WBGES jest aktualizowana w cyklu dwuletnim i zawiera dane dla ponad 120 krajów, które są systematycznie gromadzone od 2000 roku.

Porównanie poziomu wczesnej aktywności przedsiębiorczej metodą GEM i WBGES (Ács i in., 2008) ujawniło zasadnicze różnice. Podczas gdy w Projekcie GEM wyższy wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości występował w krajach zacofanych, zastosowanie metody WBGES wyraźnie wskazywało na przewagę krajów najwyżej rozwiniętych w tej dziedzinie. Główna przyczyna tkwi w przyjętej metodologii pomiaru i systemie gromadzenia danych. Ankieterzy GEM nie pytają, czy planowana bądź prowadzona działalność ma charakter sformalizowany, czy nie. Z kolei badania WBGES opierają się na oficjalnych danych, zaczerpniętych z rejestrów przedsiębiorstw.

Spośród trzech opisanych metod pomiaru wczesnej aktywności przedsiębiorczej zdecydowany prym wie metodologia GEM. Porównania międzynarodowe z jej zastosowaniem są prowadzone od 1999 r., a liczba uczestniczących krajów stale się powiększa. Ze względu na ograniczenie bazy podmiotów – tylko pracodawcy (OECD) lub tylko spółki z o.o. (WBGES) przydatność tych dwóch metod (OECD i WBGES) jest dość ograniczona, zwłaszcza jeśli porównania obejmują kraje słabo rozwinięte.

4. Skala aktywności przedsiębiorczej a osiągnięty poziom rozwoju gospodarczego

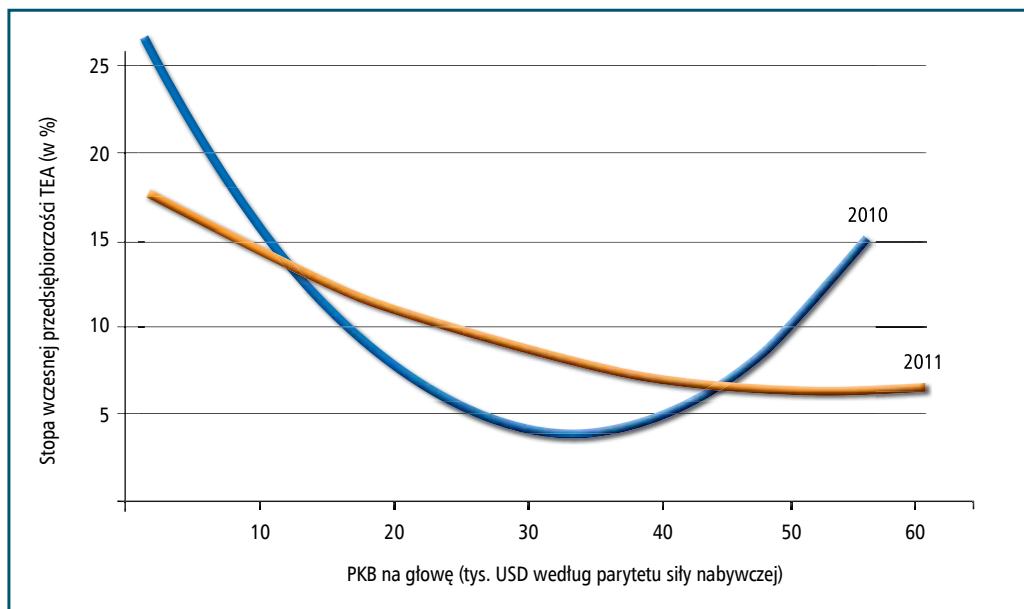
Związek między aktywnością przedsiębiorczą a poziomem rozwoju gospodarczego to jedna z najważniejszych kwestii dyskutowanych wspólnie przez badaczy przedsiębiorczości. Określenie siły i kierunku tej zależności ma także istotne znaczenie dla kształtowania polityki przedsiębiorczości.

Większa dostępność porównywalnych danych empirycznych, gromadzonych w dłuższych okresach otworzyła nowe możliwości weryfikacji stawianych hipotez za pomocą wyrafinowanych narzędzi analizy ekonometrycznej. Zagadnienie to podjęli w pierwszej kolejności badacze skupieni wokół projektu GEM, wykorzystując dane dotyczących wczesnego etapu przedsiębiorczości. Podobne badania przeprowadzili naukowcy z holenderskiego ośrodka badawczego EIM/Panteia, wykorzystując dane z badania ekonomicznej aktywności ludności (Baza COMPENDIA)⁵. Oprócz tego, że opierają się na różnych źródłach, obydwie inicjatywy różnią się zasięgiem geograficznym: Baza COMPENDIA obejmuje tylko kraje najwyżej rozwinięte należące do OECD, a Projekt GEM także kraje Afryki, Azji i Ameryki Łacińskiej.

Główny spór naukowy dotyczy tego, czy stopa przedsiębiorczości wraz ze wzrostem PKB na głowę wykazuje tendencję spadkową (litera L), czy też od pewnego momentu spadkowy trend zostaje zahamowany i stopa przedsiębiorczości zaczyna rosnąć (litera U). Badacze skupieni w ramach Projektu GEM od początku byli zwolennikami tej drugiej koncepcji. Stanowiła ona fundament paradygmatu renesansu przedsiębiorczości, który dokonuje się wraz z przechodzeniem krajów najwyżej rozwiniętych do stadium gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach (por. podrozdział I.1).

Aż do roku 2010 badacze GEM potwierdzali empirycznie wspomnianą zależność w kształcie litery „U”, by w roku 2011 przyznać, że ma ona przebieg zbliżony do litery „L”, czyli że wraz ze wzrostem PKB na głowę stopa początkowej przedsiębiorczości spada, choć w tempie malejącym (por. rysunek III.4). Od 2012 r. wspomniana zależność nie jest prezentowana w rocznym Raporcie GEM.

⁵ Baza COMPENDIA została stworzona w 2002 roku. Zawiera dane z badań aktywności ekonomicznej ludności, gromadzone w systemie OECD. By przekazywane przez poszczególne kraje dane były w pełni porównywalne, twórcy bazy COMPENDIA dokonali wielu dostosowań i korekt. W edycji Bazy COMPENDIA z 2008 r. podstawową grupę 23 członków OECD poszerzono o 7 nowych krajów, w tym 4 kraje z Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Polska, Słowacja i Węgry). Szerzej zob. Cieślak i van Stel (2014).



Rysunek III.4. Zależność między stopą przedsiębiorczości we wczesnym stadium a osiągniętym poziomem rozwoju gospodarczego (Projekt GEM)

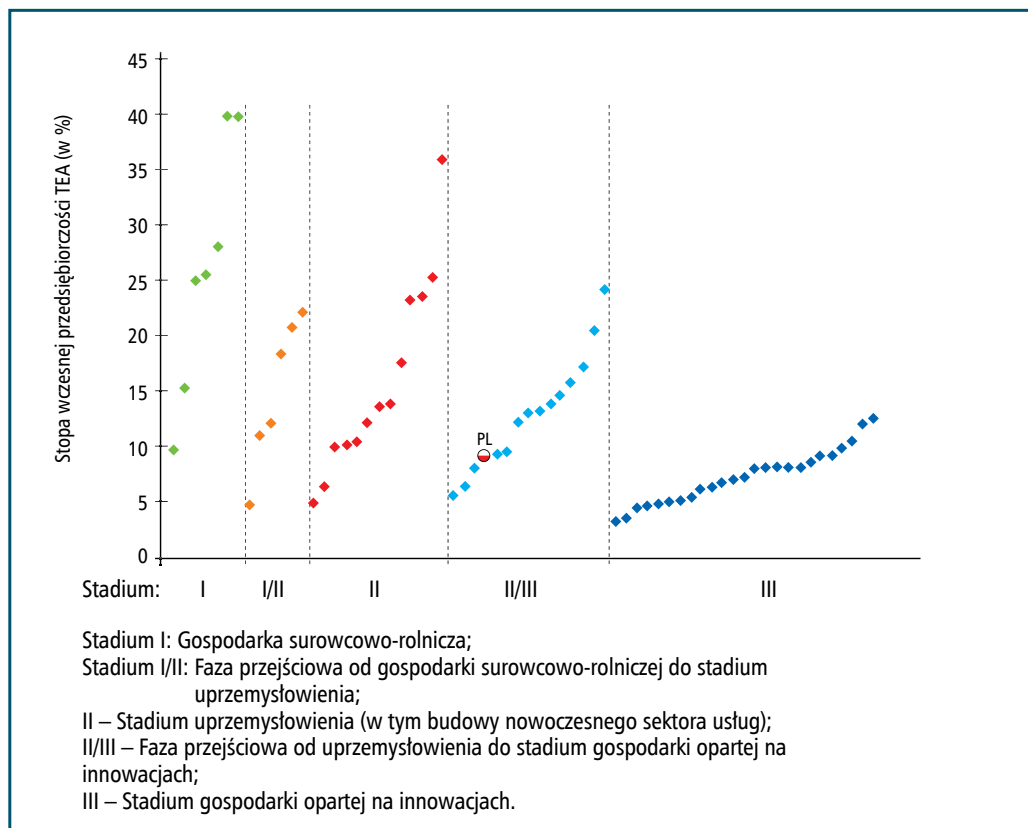
Źródło: Kelley i in. (2011, s. 27) oraz Bosma i in. (2012, s. 22).

Taki wniosek wydawał się już wcześniej dość oczywisty, jeśli uszeregujemy, kraje według stadium rozwoju⁶ (rysunek III.5). Widać wyraźnie, że kraje najwyżej rozwinięte mają generalnie niższą stopę początkowej przedsiębiorczości niż kraje mniej zaawansowane ekonomicznie.

Inne stanowisko prezentują badacze skupieni wokół grupy badawczej EIM/Panteia, analizujący wspomnianą zależność na bazie danych dotyczących stopy całkowitej aktywności przedsiębiorczej (stosunek liczby osób prowadzących działalność gospodarczą do liczby aktywnych zawodowo) w krajach OECD (Baza COMPENDIA). Przede wszystkim zwracają uwagę, że wzrostu aktywności przedsiębiorczej nie należy utożsamiać wyłącznie z rozkwitem młodych dynamicznych i innowacyjnych firm (Wennekers i in., 2010). Równolegle mamy bowiem do czynienia ze zjawiskiem rosnącego udziału firm solo, kojarzonych generalnie ze słabszym, peryferyjnym segmentem przedsiębiorczości (por. podrozdziały II.2 i IV.4).

Badania prowadzone przez badaczy EIM/Panteia koncentrowały się na próbie ustalenia „naturalnej” dla danego poziomu rozwoju, stopy przedsiębiorczości, od której odchylenia zarówno w dół, jak i w górę, mają negatywny

⁶ W tym przypadku wykorzystujemy bardziej rozbudowany podział na stadia rozwoju gospodarczego, stosowany w rankingu globalnej konkurencyjności, publikowanym przez World Economic Forum. Por. Schwab (2013). Od 2013 r. jest on także stosowany w badaniach GEM.



Rysunek III.5. Stopa początkowej przedsiębiorczości TEA w zależności od stadium rozwoju społeczno-gospodarczego w 2013 r.

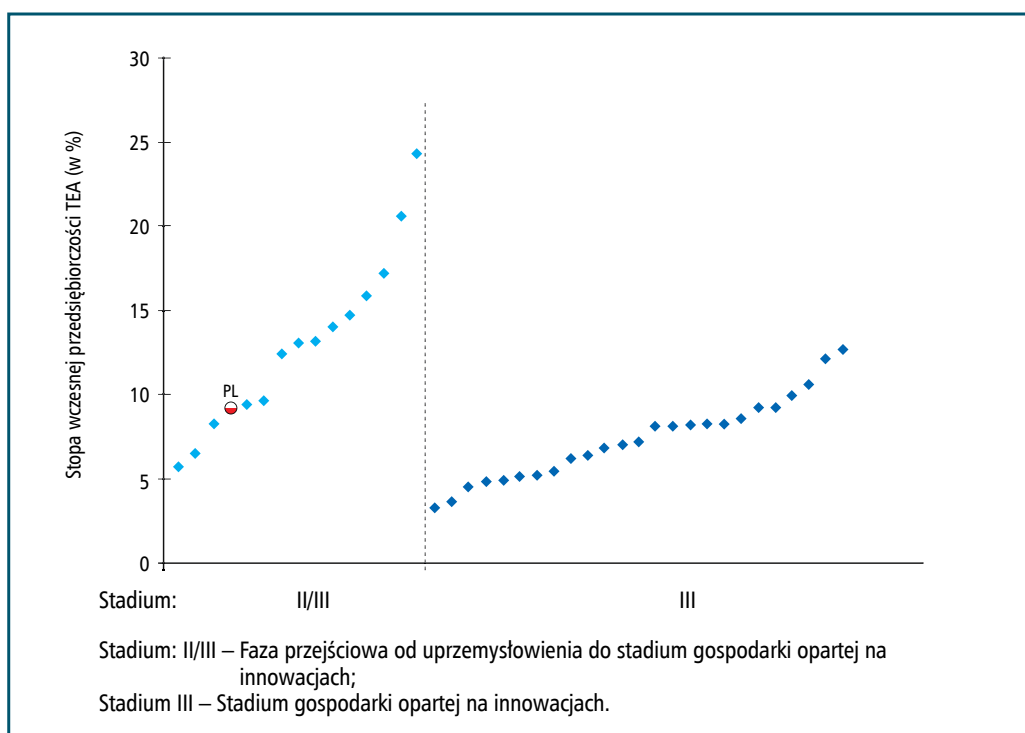
Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych projektu GEM 2014.

wpływ na wzrost gospodarczy (Wennekers i in., 2010; Carree i in., 2007). Uzyskane wyniki analizy ekonometrycznej są dalece niejednoznaczne, choć autorzy skłaniają się do tezy, że stopa przedsiębiorczości wykazuje tendencję malejącą (litera L). Interesujący wniosek z tej analizy dotyczy „doganiających” krajów⁷ Europy Środkowo-Wschodniej, a więc Czech, Polski, Słowacji i Węgier. W ciągu ostatniego ćwierćwiecza (1989–2012) stopa całkowitej przedsiębiorczości w tych krajach wyraźnie się zbliżyła do wspomnianej stopy „naturalnej” (Cieślik i van Stel, 2014).

Powyższe różnice poglądów na temat zależności między aktywnością przedsiębiorczą a rozwojem gospodarczym można potraktować jako przykład typowo akademickich sporów, gdyby nie bardzo istotne implikacje,

⁷ W literaturze używa się pojęcia *emerging markets* – „rynki wschodzące” dla grupy krajów, będących na niższym poziomie, ale przechodzących okres przyspieszonego rozwoju. Nie jest to termin najszcześniejszy, ponieważ odzwierciedla perspektywę krajów wysoko rozwiniętych i możliwości ekspansji na te „wschodzące” rynki. Termin „kraje doganiające” (*catching-up*) stosowany w niniejszej pracy, jest lepszy, ponieważ podkreśla aspiracje wspomnianej grupy dołączenia do ścisłej światowej czołówki.

jakie rodzą w sferze polityki gospodarczej, zwłaszcza dla kraju na średnim poziomie rozwoju, jakim jest Polska. Jak ilustruje rysunek III.5, na tle innych krajów w grupie „przejściowej” do stadium innowacji Polska miała w 2013 r. relatywnie niską wczesną stopę przedsiębiorczości. Jeśli jednak porównamy się z zaawansowaną grupą gospodarek innowacyjnych, do której aspirujemy, okazuje się, że wskaźnik TEA dla Polski należy do najwyższych (rysunek III.6). Wyprzedzają nas tylko Izrael, Singapur, Kanada i USA. W porównaniu do krajów, z którymi łączą nas silne tradycje kulturowe i więzi gospodarcze, a więc Niemiec i Francji, przewaga Polski jest zdecydowana.



Rysunek III.6. Stopa początkowej przedsiębiorczości TEA w krajach znajdujących się w stadium gospodarki opartej na innowacjach oraz w stadium przejściowym w 2013 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych projektu GEM.

Perspektywa przejścia Polski do grupy krajów o gospodarce opartej na innowacjach nie jest bardzo odległa, biorąc pod uwagę, że zgodnie z metodologią World Economic Forum zostały do niej zakwalifikowane Czechy. Mając to na uwadze, główny priorytet polityki przedsiębiorczości w Polsce w najbliższych latach powinno się skierować nie tyle na zwiększenie liczby podmiotów gospodarczych, ile na rozwój dynamicznego, innowacyjnego segmentu przedsiębiorczości.

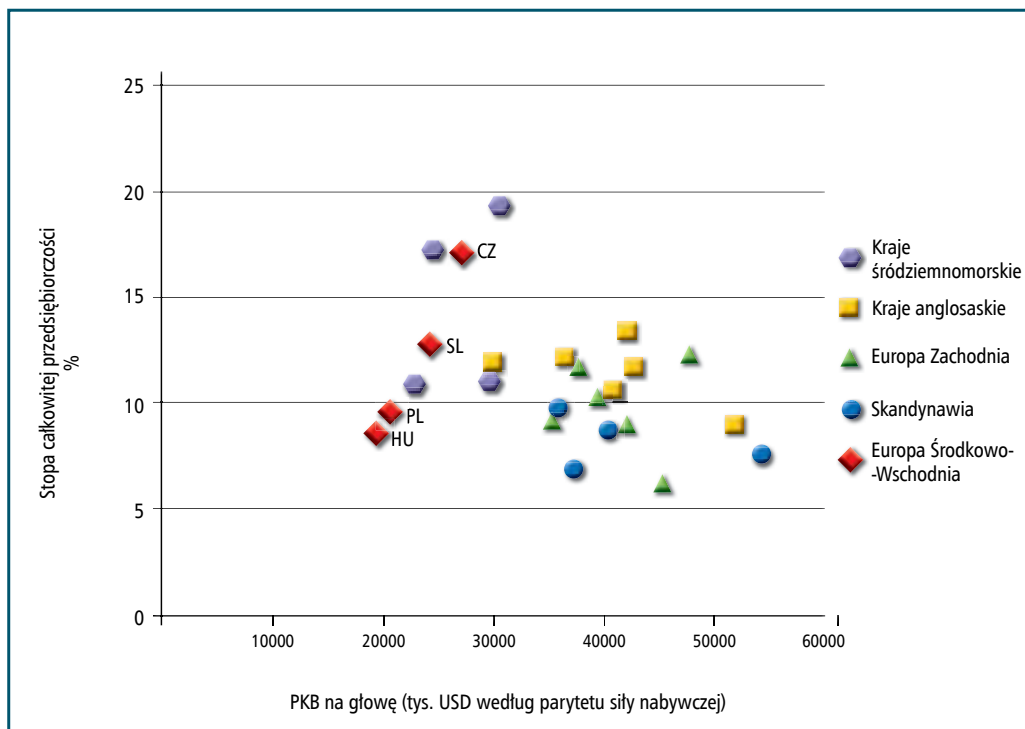
5. Rola czynników instytucjonalnych i kulturowych

Międzynarodowe badania porównawcze pokazują, że oprócz osiągniętego stadium rozwoju społeczno-gospodarczego na poziom aktywności przedsiębiorczej duży wpływ mają takie czynniki jak: uwarunkowania historyczne (tradycja), kulturowe, religijne czy też obowiązujący system prawny, a także poziom kapitału społecznego. Czynniki te kształtują klimat społeczny, sprzyjający podejmowaniu działalności gospodarczej bądź do niej zniechęcający. Badania pokazują, że różnice te występują nie tylko w skali międzykontynentalnej, lecz także w obrębie bliskich kulturowo krajów OECD. Biorąc pod uwagę wspomniane uwarunkowania kulturowe, można wyodrębnić cztery grupy krajów: kraje śródziemnomorskie, anglosaskie, skandynawskie i zachodnioeuropejskie (Wennekers i in., 2010). Zestawienie porównawcze stóp całkowitej przedsiębiorczości zawiera tabela 2 (Aneks). Jako piątą grupę uwzględniliśmy wybrane kraje Europy Środkowo-Wschodniej, których dane zostały włączone do Bazy COMPENDIA (Czechy, Polska, Słowacja i Węgry).

Tradycyjnie najwyższy poziom aktywności przedsiębiorczej obserwujemy w krajach śródziemnomorskich, gdzie jednak duża liczba małych firm nie przekłada się na jakość sektora przedsiębiorstw. Relatywnie wysoki jest także poziom aktywności przedsiębiorczej w krajach anglosaskich. Generalnie uważa się, że w tradycji anglosaskiej otoczenie instytucjonalne jest bardziej elastyczne, co w połączeniu z ograniczoną ingerencją państwa powoduje, że klimat dla podejmowania inicjatyw przedsiębiorczych jest bardziej korzystny. Z kolei wyższy poziom zaangażowania państwa uzasadnia relatywnie niższą stopę przedsiębiorczości zaobserwowaną w krajach Europy Zachodniej czy w krajach skandynawskich.

Jak na tym tle wypada poziom (stopa) całkowitej aktywności przedsiębiorczej krajów Europy Środkowo-Wschodniej, po dwudziestopięcioletnim okresie transformacji ustrojowej? Jak ilustruje rysunek III.7, wspomniane kraje – jako grupa – mają stopę przedsiębiorczości znacznie niższą od krajów śródziemnomorskich, zbliżoną do krajów anglosaskich oraz wyższą od krajów zachodnioeuropejskich i skandynawskich. Tak więc mimo że przez ponad 40 lat funkcjonowały one w systemie gospodarki centralnie planowanej, który bardzo ograniczał lub wręcz eliminował wszelkie przejawy aktywności przedsiębiorczej, po zmianie ustroju bardzo szybko nadrobiły zaległości.

Wyjaśnienia tak szybkich zmian dostosowawczych należy szukać w tzw. fundamentach cywilizacyjnych (Cieślik i van Stel, 2014). Wszystkie badane kraje funkcjonowały od wieków w obszarze zachodniego kręgu cywilizacyjnego oraz w ramach względnie dobrze rozwiniętego systemu prawnego i instytucji ważnych dla prowadzenia biznesu. Dzięki temu po zmianie ustrojowej



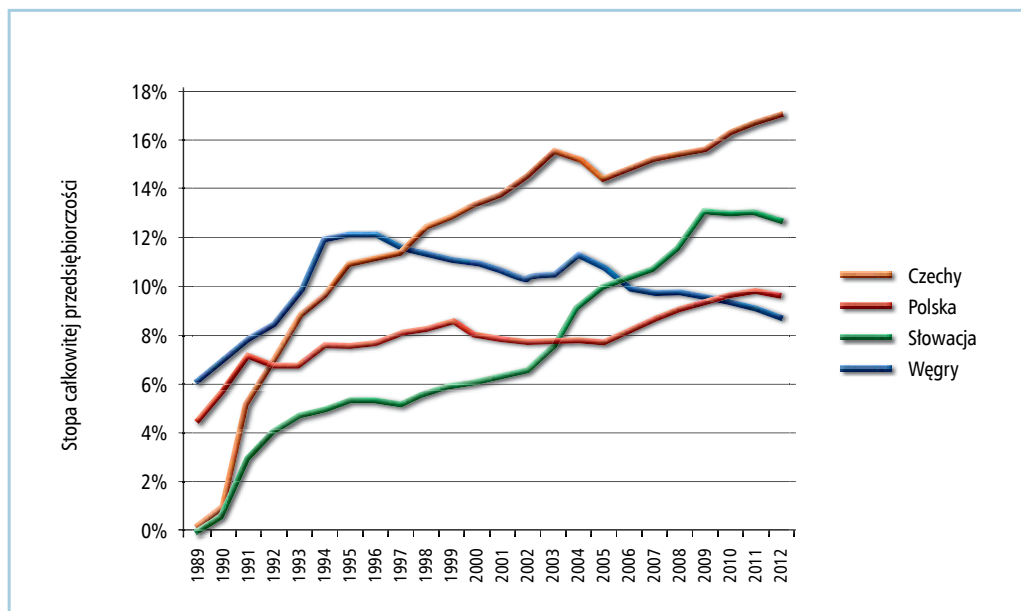
Rysunek III.7. Poziom całkowitej aktywności przedsiębiorczej według grup krajów OECD o różnych tradycjach kulturowych w 2012 r.

Źródło: Cieślak i van Stel (2014) oraz dodatkowe obliczenia własne oparte na danych z bazy COMPENDIA 2012.1. Zob. tabela 2 (Aneks).

możliwe było bardzo szybkie nadrobienie zaległości. Z tej perspektywy ponadczterdziestoletni okres funkcjonowania w ramach systemu realnego socjalizmu okazał się mało znaczącym epizodem. Najlepiej widać to na przykładzie Czech i Słowacji, krajów, gdzie w przeciwieństwie do Węgier i Polski, sektor prywatny prawie nie istniał (rysunek III.8). Startując praktycznie od zera, oba kraje przegoniły Polskę i Węgry Czechy i mają jedną z najwyższych stóp przedsiębiorczości w krajach OECD. Wysoki poziom rozwoju gospodarczego w Czechach przed II wojną światową i tradycja przedsiębiorcza, a także silne związki z gospodarką niemiecką odegrały tu istotną rolę.

Powyższe argumenty zdają się podważać znaczenie czynnika związanego z wykształconym w okresie realnego socjalizmu typem postawy społecznej, określanej jako *homo sovieticus*, który przejawiał się w nadmiernej zależności od państwa oraz braku własnej inicjatywy (Zinovyev, 1986).

W badanych czterech krajach efekt *homo sovieticus* okazał się mało istotny. Podobne wnioski można wyciągnąć, obserwując zmiany, jakie nastąpiły w dziedzinie rozwoju przedsiębiorczości w krajach bałtyckich (Estonia, Litwa, Łotwa). Trzeba jednak pamiętać, że wprowadzenie ustroju komunistycznego we wszystkich wspomnianych krajach nastąpiło po



Rysunek III.8. Zmiany w poziomie aktywności przedsiębiorczej w czterech krajach Europy Środkowo-Wschodniej 1989–2012

Źródło: Cieślak i van Stel (2014) oraz obliczenia własne oparte na danych z bazy COMPENDIA 2012.1.

II wojnie światowej i trwało tylko ok. 40 lat. Można oczekiwać, że efekt *homo sovieticus* jest znacznie silniejszy w Rosji i innych dawnych republikach Związku Radzieckiego (takich jak Białoruś czy Ukraina). Przed rokiem 1917 startowały one bowiem z niższego poziomu rozwoju gospodarczego, a ponadto okres realnego socjalizmu trwał znacznie dłużej. Stąd wyeliminowanie w społeczeństwach tych krajów postawy *homo sovieticus* może być znacznie trudniejsze i możliwe do osiągnięcia jedynie w dłuższej perspektywie.

6. Wyodrębnienie segmentu „prawdziwej” przedsiębiorczości

W poprzednim rozdziale wskazywaliśmy na istotną różnicę w pojmowaniu zjawiska przedsiębiorczości, polegającą na rozróżnieniu między właścicielami firm prowadzącymi działalność gospodarczą na niewielką skalę (*small business*) a „prawdziwymi” przedsiębiorcami, tymi, którzy wdrażają innowacje i mają wysokie aspiracje rozwojowe. Rozróżnienie okazało się mieć bardzo praktyczny wymiar, także w sferze polityki gospodarczej (por. podrozdział

I.3). W efekcie powstała potrzeba oszacowania udziału segmentu „prawdziwej przedsiębiorczości” w całej populacji podmiotów gospodarczych. Stosowne rozwiązania zostały wdrożone zarówno w ramach systemu statystycznego OECD-Eurostat, a konkretnie w ramach Programu Mierników Przedsiębiorczości (Entrepreneurship Indicators Programme – EIP), jak i w ramach projektu badawczego Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Zestawienie stosowanych mierników w obu systemach ilustruje tabela III.1.

Tabela III.1. Mierniki stosowane do wyodrębnienia dynamicznego, innowacyjnego segmentu przedsiębiorczości

Źródło	Zakres	Nazwa	Opis
OECD-Eurostat	Wszystkie firmy	Przedsiębiorstwo dynamiczne	Średnioroczne tempo wzrostu sprzedaży i/lub zatrudnienia minimum 20% przez 3 lata, przy minimalnym poziomie zatrudnienia 10 osób w roku bazowym
	Młode firmy	Gazela	Przedsiębiorstwo, które osiąga parametry przedsiębiorstwa dynamicznego w ciągu 5 lat od rozpoczęcia działalności
Projekt badawczy Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	Młode firmy	Początkujący przedsiębiorca o potencjale wzrostu zatrudnienia	Początkujący przedsiębiorca (planujący bądź prowadzący działalność nie dłużej niż 42 miesiące), który zamierza osiągnąć poziom zatrudnienia minimum 5 pracowników w ciągu najbliższych 5 lat
		Początkujący przedsiębiorca wdrażający nowe produkty	Początkujący przedsiębiorca, który deklaruje, że jego wyroby i usługi są nowe przynajmniej dla niektórych klientów i niewielu dostawców oferuje te produkty na rynku
		Początkujący przedsiębiorca aktywny na rynku międzynarodowym	Początkujący przedsiębiorca, który deklaruje, że przynajmniej 25% odbiorców pochodzi z zagranicy

Źródło: OECD (2008), baza danych projektu GEM 2014.

Jeśli chodzi o konstrukcję wskaźników, warto wskazać na dwie istotne różnice między podejściem OECD-Eurostat i GEM. GEM konsekwentnie zajmuje się fazą początkową, zaś w systemie OECD-Eurostat uwzględnia się zarówno początkową, jak i całkowitą aktywność przedsiębiorczą. Jeśli chodzi o przejawy „prawdziwej przedsiębiorczości”, to w obydwu systemach występuje kryterium szybkiego wzrostu zatrudnienia. Specyficznym kryterium w ramach systemu OECD-Eurostat jest dynamika sprzedaży, natomiast w Projekcie GEM uwzględnia się dodatkowo innowacyjność i zaangażowanie międzynarodowe firm⁸.

⁸ W systemie statystycznym OECD-Eurostat są prowadzone odrębne badania dotyczące poziomu innowacyjności i internacjonalizacji sektora MŚP.

6.1. OECD-Eurostat – firmy dynamiczne i gazele

W ramach podstawowego zestawu mierników w Programie EIP OECD-Eurostat uwzględniono % wskaźnik udziału w całej populacji przedsiębiorstw tzw. firm dynamicznych (*high-growth*) oraz podzbioru młodych firm dynamicznych (gazel). Zgodnie z przyjętymi kryteriami firma dynamiczna to taka, która w ciągu trzech lat wykazuje średnioroczną dynamikę wzrostu zatrudnienia i/lub obrotów minimum 20%. Z kolei gazela osiąga wspomniane parametry w ciągu pierwszych 5 lat prowadzonej działalności. Uwzględnienie tej ostatniej kategorii odzwierciedla dążenie do zmierzenia efektu połączenia młodego wieku firmy z jej dynamiczną orientacją.

Należy jednak podkreślić, że pomiar dynamiki odnosi się tylko do tych podmiotów, które w roku bazowym zatrudniały minimum 10 osób. W konsekwencji analiza ta pomija mikroprzedsiębiorstwa, stanowiące w większości krajów ponad 90% całej populacji. Takie zawężenie wynikało z dążenia do eliminacji podmiotów, które wysoką dynamikę osiągają w wyniku niskiej bazy wyjściowej. Wzięto też pod uwagę, że w wielu krajach, w tym w Polsce, dane potrzebne do wyliczenia wspomnianych wskaźników nie są dostępne dla przedsiębiorstw mikro.

Wspomniane zawężenie stanowi podstawowy mankament, krytykowany przez wielu badaczy (Daunfeldt i in., 2014). Szczególne problemy występują w przypadku gazel. By spełnić warunki, muszą najpóźniej w drugim roku osiągnąć minimum zatrudnienia 10 osób. Tymczasem trajektorie wzrostu firm w fazie początkowej są bardzo zróżnicowane i przyspieszenie może nastąpić dopiero w trzecim lub czwartym roku. Ponadto dualna konstrukcja wskaźnika (wzrost sprzedaży lub zatrudnienia) nie pozwala uchwycić skali synergii obydwu przejawów wzrostu, co ma istotne znaczenie dla polityki gospodarczej.

6.2. Pomiar aspiracji przedsiębiorczych w Projekcie GEM

Próby uwzględnienia w badaniach podmiotów o dynamicznej orientacji zostały podjęte w ramach GEM już w 2005 r., a więc po kilku latach systematycznego gromadzenia międzynarodowych danych na temat początkowej aktywności przedsiębiorczej (od 1999 r.). Początkowo skupiono się na analizie zamiarów początkujących przedsiębiorców w odniesieniu do liczby zatrudnionych pracowników. W następnych latach włączono dodatkowe kryteria aspiracji – poziom innowacji i skalę umiędzynarodowienia. W efekcie doszło do wyodrębnienia trzeciej, obok motywów i zróżnicowanych przejawów, grupy cech początkujących przedsiębiorców, czyli aspiracji przedsiębiorczych.

Najważniejszym przejawem aspiracji w Projekcie GEM są ambitne plany dotyczące zatrudnienia. Tu przyjętym wskaźnikiem jest udział w populacji młodych przedsiębiorców, takich, którzy w perspektywie pięcioletniej planują zatrudnić odpowiednią liczbę pracowników. Początkowo przyjęto wysoki próg planowanego zatrudnienia – 20 osób. Przy tej skali mamy już do czynienia z wyższym poziomem organizacji firmy, gdzie zaczyna się kształtować wewnętrzna specjalizacja oraz rozdział funkcji zarządczych i właścicielskich.

W badaniach GEM, prowadzonych w krajach o niskim poziomie rozwoju, populacja firm spełniających tak wyśrubowane kryterium okazała się zbyt mała, by można było prowadzić pogłębione analizy przy zastosowaniu metod statystycznych. Stąd w najnowszych edycjach GEM, dla wyodrębnienia przedsiębiorców o aspiracjach rozwojowych, próg zatrudnienia obniżony został do 5 pracowników. Wprowadzono jednocześnie dwustopniowe kryterium: średnie aspiracje rozwojowe (5–19 osób) i wysokie aspiracje rozwojowe (20 i więcej osób) (Amoros i Bosma, 2014).

Warto zwrócić uwagę, że w Projekcie GEM nie ustala się faktycznego zatrudnienia, ale jedynie plany w tej dziedzinie. Oczywiście takie plany nie muszą się zmaterializować, zwłaszcza że, zgodnie z definicją GEM, w grupie początkujących przedsiębiorców mamy takich, którzy jeszcze nie rozpoczęli działalności gospodarczej i nie zderzyli się z twardą rzeczywistością prowadzenia biznesu. Badacze skupieni wokół projektu GEM wskazują jednak, że takie podejście ma sens. Badania empiryczne wskazują bowiem na silną korelację między aspiracjami wzrostowymi a uzyskiwaną rzeczywistą dynamiką (Autio, 2005). Zależność ta działa zresztą w drugą stronę. Przedsięwzięcia zaplanowane na niewielką skalę rzadko osiągają znaczący poziom zatrudnienia i obrotów. Jednak trzeba brać pod uwagę zjawisko nadmiernego optymizmu, który jest uwarunkowany kulturowo. Jak wykażemy w rozdziale IV, jest to zagrożenie bardzo realne i może utrudnić porównanie wyników między krajami.

W kolejnych latach w projekcie GEM uwzględniono dwa dodatkowe, obok ambicji rozwojowych, wymiary aspiracji przedsiębiorczych: innowacyjność oraz aktywne wychodzenie na rynki międzynarodowe. Omówimy je bardziej szczegółowo w rozdziale V i VI.

7. Wielokryterijny pomiar aktywności przedsiębiorczej – Indeks GEDI

W ostatnich kilkunastu latach można zaobserwować rosnącą popularność w międzynarodowych porównaniach mierników zagregowanych. Są

one oparte na wielu kryteriach, na podstawie których, przy zastosowaniu określonych wag, wylicza się syntetyczny wskaźnik. W efekcie powstały takie wskaźniki jak ranking Łatwości Prowadzenia Biznesu (Ease of Doing Business) Banku Światowego, Globalny Indeks Konkurencyjności (World Investment Forum), Globalny Indeks Innowacyjności (Cornell University, INSEAD i WIPO), Indeks Percepcji Korupcji (Transparency International) czy też Indeks Wolności Gospodarczej (Heritage Foundation). Weszły one na trwałe do debaty publicznej, stały się ważnym kryterium oceny atrakcyjności poszczególnych krajów, a także skuteczności realizowanej polityki społeczno-gospodarczej.

Podobną inicjatywę podjęło środowisko badaczy przedsiębiorczości, co zaowocowało opracowaniem w 2011 r. Globalnego Indeksu Przedsiębiorczości i Rozwoju (GEDI)⁹. U źródeł tej inicjatywy legło przekonanie, że przedsiębiorczość z samej istoty jest zjawiskiem wielowymiarowym. Zastosowanie jednowymiarowych wskaźników, takich jak udział przedsiębiorców w ogólnej liczbie ludności aktywnej zawodowo, nie pozwala na uchwycenie różnorodnych przejawów i skutków aktywności przedsiębiorczej.

Jeśli chodzi o konstrukcję Indeksu GEDI, to jego autorzy (Ács i in., 2014) poszli znacznie dalej w zakresie złożoności, w porównaniu do innych zintegrowanych systemów. Finalny poziom Indeksu GEDI nawiązuje do metodologii GEM i jest wyznaczany przez 15 filarów przedsiębiorczości, zgrupowanych w ramach trzech subindeksów: postaw, aktywności i aspiracji przedsiębiorczych (tabela III.2).

W ramach poszczególnych subindeksów charakterystyki aktywności przedsiębiorczej mierzone w ramach projektu GEM są następnie korygowane (ważone) przez wybrane zmienne charakteryzujące dojrzałość otoczenia instytucjonalnego, a także osiągnięty poziom rozwoju społeczno-gospodarczego. Zmienne charakteryzujące aktywność przedsiębiorczą oraz zmienne instytucjonalne traktowane są jako tzw. zmienne współzależne, których iloczyn wpływa na wartość indeksów pośrednich oraz finalnego Indeksu GEDI. Poziom zmiennych instytucjonalnych dla poszczególnych krajów ustala się na podstawie dostępnych statystyk oraz syntetycznych wskaźników zaczerpniętych z innych rankingów i baz danych, np. Globalny Indeks Konkurencyjności, Indeks Wolności Gospodarczej, Ranking Łatwości Prowadzenia Biznesu oraz GERD (nakłady na B+R jako % PKB).

Wyliczenie tak złożonego wskaźnika wymaga zastosowania skomplikowanych metod obróbki danych statystycznych¹⁰. Pierwsze wyniki Indeksu

⁹ <http://www.thegedi.org/research/gedi-index/>

¹⁰ Procedura wyliczenia wskaźnika GEDI jest bardzo skomplikowana i jej wyjaśnienie wykracza poza ramy niniejszej pracy. Zainteresowanych czytelników odsyłamy do źródłowej publikacji (Ács i in., 2014).

Tabela III.2. Struktura Indeksu GEDI

	ZMIENNE INSTYTUCJONALNE	ZMIENNE DOTYCZĄCE CECH PRZEDSIĘBIORCÓW	FILARY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
SUB-INDEKS POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE	Wielkość rynku, urbanizacja	Identyfikacja szans biznesowych	Atrakcyjność szans biznesowych
	Szkolnictwo wyższe	Ocena własnych umiejętności biznesowych	Umiejętności prowadzenia biznesu
	Instytucje zmniejszające ryzyko prowadzenia biznesu	Obawa przed porażką	Akceptacja ryzyka
	Dostępność Internetu	Kontakty z przedsiębiorcami	Relacje sieciowe
	Poziom korupcji	Własny biznes jako ścieżka kariery	Nastawienie społeczeństwa do przedsiębiorców
SUB-INDEKS ZAAWANSOWANIE AKTYWNOŚCI BIZNESOWEJ	Poziom wolności gospodarczej	Motywacja do wykorzystania sposobności biznesowych	Skala dążeń do wykorzystania sposobności biznesowych
	Rola kobiet w gospodarce	Udział kobiet we wczesnej przedsiębiorczości (TEA)	Przedsiębiorczość kobiet
	Makroekonomiczne czynniki absorpcji technologii	Sektor przedsiębiorstw zaawansowanych technologicznie	Zdolność firm do absorpcji technologii
	Szkolenie kadr	Poziom wykształcenia przedsiębiorców	Jakość zasobów ludzkich
	Koncentracja na rynku	Liczba wczesnych przedsiębiorców o małej liczbie konkurentów	Konkurencja na rynku
SUB-INDEKS ASPIRACJE PRZEDSIĘBIORCZE	Warunki transferu technologii	Nowe produkty	Innowacje produktowe
	Nakłady na B+R	Nowe technologie	Inwestycje procesowe
	Zdolność firm do planowania strategicznego	Udział gazeli	Orientacja rozwojowa firm
	Poziom globalizacji gospodarki	Zaangażowanie eksportowe firm we wczesnej fazie	Internacjonalizacja
	Fundusze wysokiego ryzyka	Inwestorzy nieformalni	Kapitał wysokiego ryzyka

Źródło: opracowanie na podstawie Ács i in. (2014).

GEDI zostały przedstawione w 2011 r., a w kolejnych latach metody obliczania są stopniowo doskonalone. Zgodnie z oczekiwaniami najwyższym wskaźnikiem GEDI cechują się kraje najwyżej rozwinięte. W edycjach Indeksu GEDI 2011–2013 Polska plasowała się na 30–32. pozycji, zaś w najnowszej edycji w 2014 r. awansowała na 26. pozycję (Ács i in., 2014), a więc znacznie wyżej niż w innych globalnych rankingach.

Podstawowe źródła danych o aktywności przedsiębiorczej pochodzą z danych GEM. Stąd prezentowane wcześniej zastrzeżenia dotyczące metodologii GEM znajdują także odniesienie wobec Indeksu GEDI. Wątpliwości budzi szczególnie konstrukcja Indeksu GEDI i fakt, że poziom aktywności przedsiębiorczej w skali mikro jest skorygowany przez zmienne ilustrujące dojrzałość instytucjonalną i, szerzej, poziom rozwoju gospodarczego. Dla krajów o niższym poziomie rozwoju, pragnących zmniejszyć dystans do światowej czołówki, głównym wyzwaniem jest uruchomienie dynamicznego oblicza przedsiębiorczości, co pozwoli na przyspieszenie rozwoju, nawet przy niedostatecznie rozwiniętej infrastrukturze materialno-technicznej i otoczeniu instytucjonalnym.

Zastrzeżenia budzi także fakt, że konstrukcja Indeksu GEDI odpowiada na „ideologiczne zapotrzebowanie” i odzwierciedla głębokie przekonanie autorów o ważnej roli przedsiębiorczości w procesie rozwoju gospodarczego. Jak wskazywaliśmy w punkcie 4, lansowany w środowisku badaczy Global Entrepreneurship Monitor pogląd, iż stopa przedsiębiorczości we wczesnym stadium (TEA) rośnie w momencie przechodzenia krajów do stadium opartego na wiedzy i innowacjach (TEA), nie znalazł empirycznego potwierdzenia. Tymczasem ranking krajów według Indeksu GEDI jest zgodny z oczekiwaniami, gdyż na szczycie znajdują się kraje najwyżej rozwinięte – USA, Australia, Szwecja, Dania i Szwajcaria.

Interesujące są natomiast rekomendacje autorów Indeksu GEDI dotyczące potrzeby różnicowania polityki przedsiębiorczości, w zależności od stadium rozwoju gospodarczego. I tak, w gospodarkach surowcowo-rolniczych należy w pierwszej kolejności kształtować przedsiębiorcze postawy w społeczeństwie. Z kolei w fazie przyspieszonej industrializacji trzeba tworzyć warunki dla przedsiębiorczości opartej na wiedzy. Sprzyjać temu będą ułatwienia w prowadzeniu działalności gospodarczej, dostępie do nowoczesnych technologii i rozwiązań organizacyjnych, a także szkolenie kandydatów na przedsiębiorców, zwłaszcza tych ze średnim i wyższym wykształceniem. Wreszcie w gospodarkach opartych na innowacjach nacisk powinien być położony na segmencie firm dynamicznych, wdrażających innowacje i aktywnie wychodzących na rynki międzynarodowe.

Drugi ważny wniosek dotyczy negatywnych skutków „wąskich gardeł”, a więc zaniżonego poziomu niektórych elementów infrastruktury otoczenia biznesu. Mimo że w pozostałych dziedzinach sytuacja może być względnie

dobra, łączny efekt zostanie obniżony właśnie przez „wąskie gardła”. Tak więc działania na rzecz poprawy klimatu dla rozwoju przedsiębiorczości powinny być rozłożone równomiernie na różne sfery otoczenia instytucjonalnego. Jest to ważna konstatacja, ponieważ w polityce przedsiębiorczości obserwujemy pewną niecierpliwość oraz oczekiwanie, że skupienie środków na jednej bądź kilku wybranych dziedzinach przyniesie szybkie efekty.



Przedstawione w niniejszym rozdziale metody pomiaru przedsiębiorczości oraz wyniki międzynarodowych badań porównawczych prowadzą do kilku interesujących obserwacji i wniosków. Przede wszystkim warto zwrócić uwagę na różnorodność stosowanych narzędzi pomiaru, a także źródeł danych, wykorzystywanych do konstruowania rozmaitych wskaźników aktywności przedsiębiorczej. To zdecydowanie utrudnia porównywanie wyników. Przykładowo trudno porównywać wskaźniki aktywności przedsiębiorczej, które bazują na pomiarze wczesnej przedsiębiorczości z tymi, które dotyczą całego sektora MŚP. Tak więc odpowiedzialne posługiwanie się różnymi wskaźnikami w badaniach naukowych czy w publicystyce wymaga od autorów przedstawienia konstrukcji stosowanych mierników. W innym wypadku, zamiast wyjaśnienia występujących zjawisk i procesów, grozi nam chaos koncepcyjny i informacyjny.

Dotychczasowe próby wyodrębnienia szeroko rozumianego ambitnego segmentu przedsiębiorczości trudno uznać za zadowalające. Metodologia OECD-Eurostat eliminuje mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników, które stanowią ponad 90% całej populacji przedsiębiorstw. Równoległe badania GEM koncentrują się na początkowym etapie planowania i prowadzenia przedsięwzięć biznesowych. Zaletą podejścia GEM jest jednak to, że w wyniku stopniowej ewolucji kryteria zostały nieco złagodzone i obejmują nie tylko ścisłą czołówkę dynamicznych, innowacyjnych firm. W efekcie „kategoria przedsiębiorców o wyższych aspiracjach” (*aspiring entrepreneurs*) jest zbliżona do kategorii ambitnej przedsiębiorczości, zaproponowanej w rozdziale I. Stąd owocnym kierunkiem dalszych prac może być określenie kryteriów ambitnej przedsiębiorczości dla wszystkich mniejszych, nie tylko początkujących, podmiotów gospodarczych funkcjonujących na rynku.

Przy wszystkich ograniczeniach i wątpliwościach natury metodologicznej dotychczasowe badania nad aktywnością przedsiębiorczą i porównania międzynarodowe ewidentnie podważają podstawową „prawdę obiegową”, że im więcej osób zajmuje się własną działalnością gospodarczą, tym lepiej dla gospodarki danego kraju. Rzeczywistość okazuje się znacznie bardziej złożona. Stopa przedsiębiorczości wykazuje tendencję spadkową wraz z przechodzeniem do kolejnych wyższych stadiów rozwoju gospodarczego.



7. Wielokryterijny
pomiar aktywności
przedsiębiorczej...

Jednocześnie na poziom aktywności przedsiębiorczej bardzo duży wpływ mają fundamenty cywilizacyjne – tradycja, kultura, religia, system prawny itp.

Tęgo typu ustalenia poczynione na gruncie nauki przedsiębiorczości przynoszą istotne wnioski dla polityki gospodarczej. W przypadku Polski można uznać, że po 25 latach transformacji ustrojowej, w wymiarze ilościowym, poziom aktywności przedsiębiorczej jest adekwatny do aktualnego stadium rozwoju gospodarczego i odzwierciedla nasze tradycje cywilizacyjne. W dalszych inicjatywach i programach wspierania przedsiębiorczości powinniśmy przesunąć akcenty z dążenia do zwiększenia liczby osób prowadzących działalność gospodarczą w kierunku zasadniczej poprawy jakości sektora MŚP w Polsce.

Rozdział

IV

Przedsiębiorczość a zatrudnienie



Jak wyjaśnialiśmy w rozdziale I, znaczący udział mniejszych firm w zatrudnieniu a zwłaszcza w jego przyroście, to, obok jego istotnej roli we wdrażaniu innowacji, koronny argument za odrzuceniem poglądu o peryferyjnym charakterze sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w gospodarce. To także podstawa dla sformułowania nowego paradygmatu o renesansie przedsiębiorczości na przełomie XX i XXI wieku¹.

Zainteresowanie kwestią wpływu przedsiębiorczości na zatrudnienie, z oczywistych względów, zwiększa się w okresie dekonjunkury i rosnącego bezrobocia. Sytuacja, w której znacząca część ludności w wieku produkcyjnym pozostaje bez pracy ma wymiar nie tylko ekonomiczny (dochodowa funkcja zatrudnienia), lecz także społeczny. Aktywność zawodowa to jeden z podstawowych czynników decydujących o poczuciu (bądź braku poczucia) dobrostanu i szczęścia (Layard, 2005).

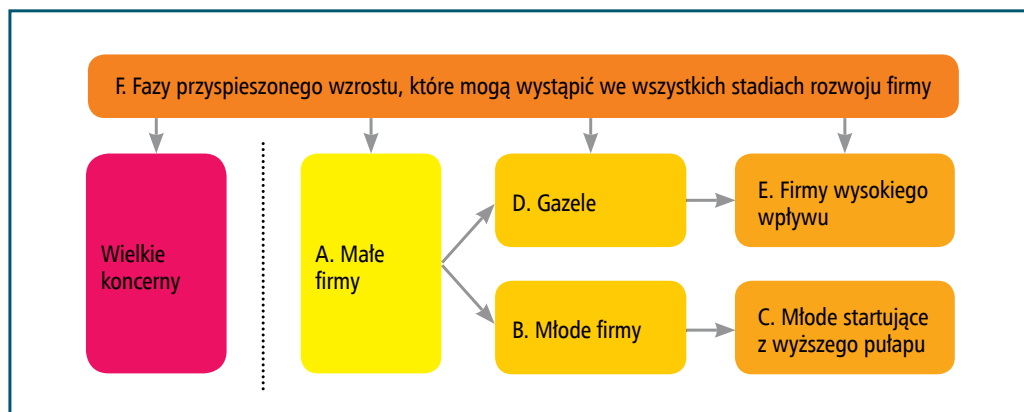
Możliwości wykorzystania aktywności przedsiębiorczej do walki z bezrobociem znajdują się niezmiennie w centrum uwagi polityków gospodarczych. Recepta wydaje się prosta. Zachęćmy ludzi, w tym także bezrobotnych, by uruchomili własne firmy. W ten sposób dadzą zatrudnienie zarówno sobie, jak i, w perspektywie, innym.

W rzeczywistości sytuacja jest bardziej złożona. By uruchomić przedsiębiorczą dźwignię walki z bezrobociem, musimy dokładniej rozpoznać występujące we współczesnej gospodarce prawidłowości i tendencje. Przede wszystkim musimy mieć lepsze rozeznanie, jakie firmy i formy aktywności przedsiębiorczej generują nowe miejsca pracy oraz jaka jest jakość tych miejsc. Próbę odpowiedzi na te i inne pytania podejmiemy w niniejszym rozdziale.

1. Jakie firmy generują nowe miejsca pracy – główne kierunki badań, najważniejsze ustalenia

Do końca lat 70. XX w. dominował pogląd o istotnym udziale wielkich korporacji w zatrudnieniu oraz marginalnej roli mniejszych firm w tworzeniu nowych miejsc pracy. Dzięki badaniom D. Bircha ten paradygmat został

¹ Wstępne wnioski płynące z niniejszego rozdziału zostały zaprezentowane przez autora na konferencji „Zarządzanie i polityka gospodarcza dla rozwoju” w październiku 2013 r. Referat został opublikowany w monografii pokonferencyjnej (Cieślak, 2014).



Rysunek IV.1. Główne nurty w dyskusji o tworzeniu nowych miejsc pracy w sektorze przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne.

podważony. Ewolucję poglądów na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat ilustruje rysunek IV.1.

A. *Gros* nowych miejsc pracy generują małe firmy.

Taki wniosek sformułował D. Birch, wykazując, że w latach 1969–1976 w gospodarce amerykańskiej 66% przyrostu netto nowych miejsc pracy było zasługą firm zatrudniających poniżej 20 pracowników (Birch, 1979).

B. Nowe miejsca pracy generują firmy młode, w początkowej fazie rozwoju.

W tym przypadku mamy do czynienia z odwróceniem argumentacji. Udział firm małych w przyroście zatrudnienia jest znaczący, ponieważ w przeważającej większości są one bardzo młode. Badania oparte na obserwacji długofalowych trendów rozwoju przedsiębiorstw (Haltiwanger i in., 2010) potwierdzają dominujący trend: typowa nowo powstała firma zwiększa zatrudnienie w okresie pierwszych kilku lat, by następnie ustabilizować działalność na stosunkowo niskim poziomie lub wypaść z rynku. W tych pierwszych latach mamy zatem do czynienia z efektywnym przyrostem zatrudnienia.

Teza o przodującej roli firm młodych w generowaniu nowych miejsc pracy rodzi bardzo istotne implikacje w sferze polityki gospodarczej, ponieważ wskazuje na potrzebę wspierania procesu zakładania nowych podmiotów. Czy jednak rzeczywiście nowo powstające firmy mają tak decydujący wpływ na tworzenie nowych miejsc pracy? Badacze krytycznie nastawieni do tego poglądu wskazują na szereg pułapek w sferze pomiaru analizowanych zjawisk. Po pierwsze, dostępne dane i, w efekcie, oparte na nich ustalenia

dotyczą firm, które utrzymały się na rynku, natomiast te, które zaprzestały działalności i faktycznie zlikwidowały stanowiska pracy umykają uwadze badaczy. Jeśli zatem uwzględnimy efekt netto tworzenia i likwidacji, okazuje się, że wkład początkujących firm w przyrost zatrudnienia jest niewielki, gdyż nowe miejsca pracy mają nietrwały charakter. Czołowy amerykański badacz Scott A. Shane (2008) traktuje pogląd o ważnej roli małych początkujących firm w tworzeniu nowych miejsc pracy jako jeden z niebezpiecznych mitów dotyczących przedsiębiorczości. Na podstawie badań własnych i innych autorów Shane oszacował, że udział start-upów w kreowaniu nowych miejsc pracy w gospodarce amerykańskiej wynosił niewiele ponad 6%. Dodatni efekt zatrudnienia występuje tylko w pierwszym roku działalności. W kolejnych latach dodatkowe przyrosty zatrudnienia w nowo powstałych firmach są z nadwyżką „konsumowane” przez jego spadki w innych podmiotach w tej samej grupie wiekowej (Shane, 2008, s. 152–155).

C. *Gros* nowych miejsc pracy generują firmy młode, ale startujące z wyższego pułapu zatrudnienia.

Zasadnicze wątpliwości co do wkładu początkujących firm w tworzenie nowych miejsc pracy zwróciły uwagę badaczy na pewną podgrupę tej zbiorowości, a mianowicie podmioty, które wkrótce po starcie zatrudniają kilkanaście, kilkadziesiąt, a niekiedy kilkaset osób (Ács i in., 2008; Dilger, 2013). Taki start z wysokiego pułapu wskazuje, że koncepcja biznesowa została dobrze opracowana, a młode przedsiębiorstwo dysponuje znaczącymi środkami na rozwój. Można przypuszczać, że rozruch firmy był poprzedzony dokładną analizą rynku, a liderzy mieli solidne doświadczenie biznesowe. W takich warunkach szanse na sukces są zdecydowanie większe, co ogranicza opisany wyżej efekt „destrukcji” nowych miejsc pracy, tak charakterystyczny dla nowo powstałych firm.

D. W procesie wzrostu zatrudnienia istotną rolę odgrywają firmy dynamiczne (tzw. gajele).

Zainteresowanie wspomnianą grupą firm było wynikiem ożywionej dyskusji w latach 80. XX w., sprowokowanej wynikami badań D. Bircha, a także krytyką stosowanych przez niego metod analizy przez innego badacza – B. Medoffa. W 1994 r. D. Birch zawarł swoisty kompromis ze swoim głównym oponentem, wprowadzając pojęcie „gazele” dla określenia przedsiębiorstw, które realizują ponadprzeciętną dynamikę wzrostu (Birch i Medoff, 1994). Jak wszystkie firmy, gajele rodzą się, jako małe, ale szybko przechodzą do kolejnych klas wielkości, osiągając niekiedy bardzo duże rozmiary. Wspomniani autorzy odeszli od dychotomicznego układu: firmy małe

i duże, uwzględniając trzy kategorie podmiotów: gajele (firmy dynamiczne), duże korporacje określane jako słonie, oraz tradycyjny small business bez aspiracji wzrostowych (myszy)².

Kategoria firm dynamicznych stała się na przedmiotem wszechstronnych badań w wielu krajach na przełomie XX i XXI wieku. Podsumowując wyniki 19 projektów badawczych, Henrekson i Johansson (2010) sformułowali następujące wnioski:

- ➔ Nieliczna grupa firm dynamicznych generuje nieproporcjonalnie dużą liczbę nowych miejsc pracy.
- ➔ Firmy dynamiczne występują we wszystkich klasach wielkości, zarówno małych, średnich, jak i dużych.
- ➔ Firmy dynamiczne są nieco młodsze niż średnia wieku w danej branży, ale nie są bardzo młode. Przeważają podmioty kilkunastoletnie.
- ➔ Firmy dynamiczne występują we wszystkich gałęziach gospodarki, nie tylko tych uznawanych za innowacyjne, ale także tych w branżach tradycyjnych.

Powyższe wnioski mają istotne znaczenie dla polityki wspierania przedsiębiorczości. Wskazują bowiem, że wspieranie tworzenia nowych firm nie ma uzasadnienia, jeśli te ostatnie nie będą wykazywały ambicji wzrostowych.

E. Istotną rolę w przyroście zatrudnienia odgrywa podzbiór gazeli – tzw. firmy wysokiego wpływu

Firmy wysokiego wpływu (ang. *high impact*) to takie, które łączą wysoką dynamikę sprzedaży ze wzrostem zatrudnienia. Ta kategoria została wprowadzona do dyskusji naukowej stosunkowo niedawno (Ács i in., 2008; Tracy, 2011). Wiele firm, funkcjonujących w nowoczesnych gałęziach gospodarki, osiąga wysoką, a nawet bardzo wysoką dynamikę obrotów, co jednak nie przekłada się na przyrost nowych miejsc pracy.

Jakie firmy i w jakich warunkach potrafią łączyć wysoką dynamikę sprzedaży i zatrudnienia? Nieliczne badania poświęcone tej problematyce wskazują, że istotne znaczenie mają: branża oraz specyfika oferowanych

² Jako polski odpowiednik używamy terminu „firma dynamiczna”, m.in. dlatego, że pojęcie „gazele” jest obecnie stosowane w Programie Wskaźników Przedsiębiorczości (EIP) OECD-Eurostatu dla określenia podzbioru firm dynamicznych, nie starszych niż 5 lat.

wyrobów lub usług (Chandler i in., 2009). Tak będzie wtedy, gdy w określonej branży sukces biznesowy wiąże się ze specjalistyczną wiedzą o produkcji personelu zatrudnionego w dziale sprzedaży, z wysokim poziomem obsługi klienta czy też potrzebą zapewnienia tajemnicy handlowej. To wymaga zatrudnienia pracowników na etacie oraz ogranicza atrakcyjność outsourcingu. Firmy szybko zwiększające obroty i jednocześnie zatrudnienie w większości lokują się w branżach uznawanych za tradycyjne, w tym zwłaszcza w sektorze usług.

Ács i in. (2008) podjęli próbę statystycznego wyodrębnienia kategorii firm wysokiego wpływu. Zdefiniowali je jako podzbiór firm dynamicznych³, które jednocześnie osiągają poziom Kwalifikatora Wzrostu Zatrudnienia (Employment Growth Qualifier – EGQ) na poziomie minimum 2. Kwalifikator Wzrostu Zatrudnienia to iloczyn absolutnego i relatywnego wzrostu zatrudnienia⁴. Zastosowanie tego współczynnika miało na celu wyeliminowanie słabości dwóch podstawowych metod pomiaru wzrostu zatrudnienia: wzrostu absolutnego, który preferuje firmy duże, oraz relatywnego, który faworyzuje firmy małe, zwłaszcza bardzo małe (mikro).

Przeprowadzone przez autorów wspomnianej koncepcji badania w gospodarce amerykańskiej, z wykorzystaniem kompleksowej bazy, łączącej różne zbiory danych statystycznych w okresie 1994–2008 generalnie potwierdziły rolę firm wysokiego wpływu w generowaniu nowych miejsc pracy. Jednocześnie pojawiły się wątpliwości natury metodycznej, mianowicie na ile obydwie grupy firm różnią się od siebie.

By wyjaśnić tę wątpliwość, przeprowadziliśmy analizę, opierając się na Bazie. Inc. 5000 Edycja 2011. Inc. 5000 to doroczny ranking najszybciej rozwijających się firm amerykańskich (Inc. 2011). Wśród firm, które uczestniczyły w rankingu i realizowały średnioroczną dynamikę sprzedaży w latach 2007–2010 na poziomie minimum 20%, warunku $EGQ = > 2$ nie spełniło tylko ok. 5% podmiotów, z wkładem do przyrostu zatrudnienia ok. 0,2%. To poddaje w wątpliwość przydatność Kwalifikatora Wzrostu Zatrudnienia (EGQ) jako narzędzia do wyodrębnienia firm wysokiego wpływu.

F. Od firm dynamicznych do faz dynamicznego wzrostu

Zainteresowanie badaczy i polityków gospodarczych firmami dynamicznymi bazowało na milczącym założeniu o istnieniu wyodrębnionej grupy

³ Dla firmy dynamicznej (gazeli) autorzy stosują kryterium podwojenia sprzedaży w ciągu 4 lat, co przekłada się na średnioroczne tempo wzrostu 19%, a więc nieco niżej niż 20% próg przyjęty w statystyce OECD-Eurostat.

⁴ Zilustrujemy sposób wyliczenia tego współczynnika na przykładzie. Jeśli firma zwiększa zatrudnienie z 40 do 60 osób (przyrost 20), to $EGQ = 20 \times 20/40 = 10$.

przedsiębiorstw niejako zarażonych bakcyłem przyspieszonego wzrostu. Wystarczy więc zidentyfikować tego rodzaju podmioty i wspierać ich orientację rozwojową, by uzyskać zakładane rezultaty w sferze zatrudnienia, innowacji czy tworzenia wartości dodanej.

Najnowsze badania poddają w wątpliwość, czy taka wyodrębniona kategoria firm w ogóle występuje w gospodarce. Analizując długookresowe trendy rozwoju szwedzkich przedsiębiorstw w latach 1998–2008, Dauenerfeldt i Halvarsson (2012) doszli do wniosku, że:

- ➔ dynamiczny wzrost ma charakter nietrwały. Po fazie przyspieszonego wzrostu zazwyczaj następuje okres spowolnienia;
- ➔ zjawisko spowolnienia po fazie dynamicznej występuje ze szczególną siłą w przypadku firm mikro. Natomiast w przypadku firm dużych amplituda spadku jest wolniejsza;
- ➔ firmy o bardzo wysokiej dynamice wzrostu są szczególnie narażone na spowolnienie po fazie przyspieszenia;
- ➔ fakt, że firma realizowała fazę bardzo wysokiego wzrostu rodzi pozytywne rokowanie, jeśli chodzi o uniknięcie przyszłych spadków w wymiarze absolutnym. Tego typu firmy zazwyczaj utrzymują dodatni wzrost, wracając po okresie przyspieszenia do długookresowego trendu charakterystycznego dla danej branży.

Badania empiryczne przeprowadzone na dużych panelach przedsiębiorstw hiszpańskich (Ciriaci i in., 2012) oraz amerykańskich (Tracy, 2011) wydają się potwierdzać wnioski szwedzkich naukowców, choć należy podkreślić, że ten nurt badań znajduje się dopiero we wczesnej fazie.

Podsumowując: można stwierdzić, że prowadzone przez kilkadziesiąt lat intensywne badania na temat udziału poszczególnych rodzajów firm w tworzeniu nowych miejsc pracy nie doprowadziły do jednoznacznych ustaleń. W odniesieniu do historycznego dylematu, jakie firmy mają większy udział – duże czy małe – można mówić o pewnym konsensusie, przyznającym większą rolę firmom małym i średnim (Neumark i in., 2008; de Kok i in., 2011). Najnowsze dowody o istnieniu tylko faz przyspieszonego wzrostu podważają natomiast znaczenie takiego dychotomicznego ujęcia, gdyż etap dynamicznego wzrostu może wystąpić także wtedy, gdy firma osiągnęła duże, a nawet bardzo duże rozmiary.

2. Przyrost nowych miejsc pracy – udział klas wielkości przedsiębiorstw

Kontrowersje wokół udziału różnych grup firm w zatrudnieniu zaowocowały licznymi badaniami empirycznymi, służącymi do weryfikacji przedstawionych wyżej hipotez. W badaniach europejskich, oprócz wyjściowego podziału na firmy duże i należące do sektora MŚP, w ramach MŚP wyodrębnia się dodatkowo firmy mikro, małe i średnie. Jest to zgodne z przyjętymi w krajach Unii Europejskiej standardami statystycznymi, gdzie firma mikro to taka, która zatrudnia do 9 osób, firma mała – od 10 do 49, średnia – od 50 do 249, a duża powyżej 249 osób. W badaniach amerykańskich dominuje nadal podział na firmy małe (do 499 zatrudnionych) i duże, powyżej 499 zatrudnionych. Niekiedy wyodrębnia się także przedziały: do 19, 20–99 i 100–499 zatrudnionych.

Analizując strukturę zatrudnienia i jego przyrostu (spadku) według klas wielkości przedsiębiorstw, badacze musieli polegać na zagregowanych danych udostępnianych przez urzędy statystyczne. Dopiero w końcu ubiegłego stulecia w statystyce pojawiła się możliwość śledzenia jednostkowych trajektorii rozwoju firm i, na tej podstawie, identyfikacji generalnych prawidłowości i tendencji.

Jednak tym nowym możliwościom od początku towarzyszyły wątpliwości natury metodycznej. Chodzi tu między innymi o sposób alokacji przyrostu zatrudnienia do poszczególnych klas wielkości przedsiębiorstw. W szczególności bardzo wiele zależy od tego, jak zakwalifikujemy firmy „migrujące” w ciągu badanego okresu (np. 3 lat) z jednej klasy do drugiej, a więc np. z grupy firm małych do średnich.

Prekursor tego typu badań, D. Birch, był krytykowany między innymi za to, że stosował metodę roku bazowego, a więc jeśli firma zatrudniała w roku t_0 20 osób, a w roku t_3 260 osób, to cały przyrost 240 zatrudnionych alokowano do klasy firm małych (10–49). Ta metoda ewidentnie preferuje firmy mniejsze. Z kolei metoda roku końcowego przeszacowuje rolę firm średnich i dużych, gdyż ich spora część to firmy małe, które zmieniły klasę „zaszeregowania” w wyniku przyspieszonego wzrostu.

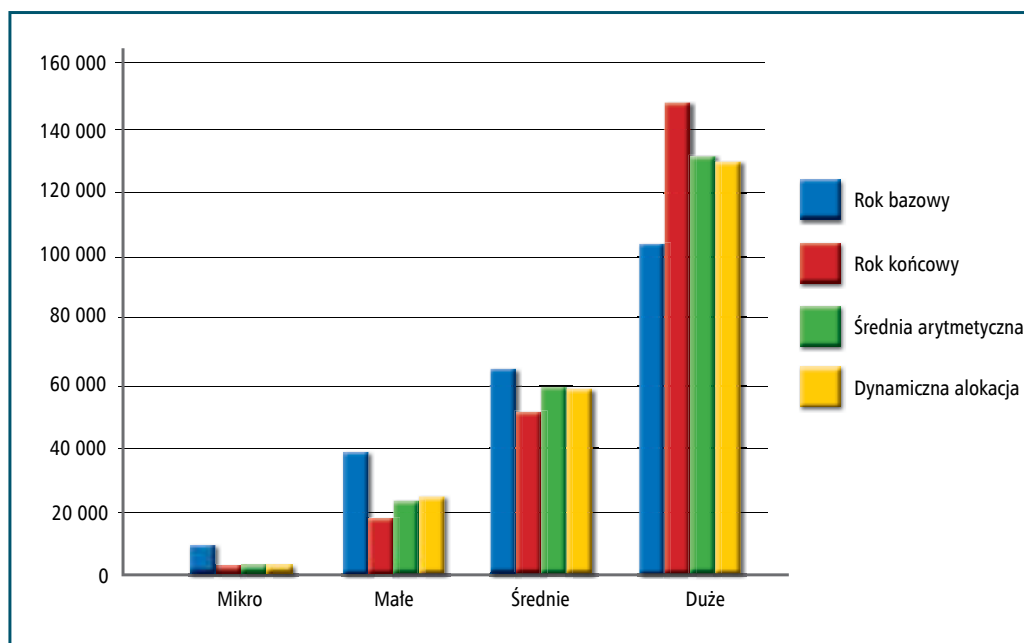
By wyeliminować ten mankament, badacze zaczęli stosować bardziej „sprawiedliwe” metody alokacji. Pierwsza polega na przypisaniu przyrostu według średniego zatrudnienia w badanym okresie. W cytowanym przykładzie cały przyrost trafiłby do klasy firm średnich $(20 + 260)/2 = 140$. Najbardziej zaawansowana metoda tzw. dynamicznej alokacji polega na przypisywaniu przyrostu w miarę „migracji” z jednej klasy do drugiej. Przy zastosowaniu tej metody przyrost 29 zatrudnionych zostanie przypisany

do klasy firm małych, następne 200 do firm średnich, a pozostałe 11 – do firm dużych.

Dla ilustracji skutków zastosowania różnych metod alokacji wykorzystaliśmy cytowany wcześniej zbiór firm uczestniczących w rankingu Inc. 5000 2011. Przeanalizowaliśmy trajektorie wzrostu zatrudnienia 2172 firm, które w latach 2007–2010 stworzyły łącznie 209,4 tys. nowych miejsc pracy. Rysunek IV.2 ilustruje zróżnicowaną alokację przyrostu do poszczególnych klas wielkości w zależności od przyjętej metody. W szczególności bardzo duże są różnice wyników uzyskiwanych metodą roku wyjściowego i metodą roku końcowego. Z kolei metody średniej arytmetycznej i dynamicznej alokacji dają dość podobny rozkład zbiorowości firm.

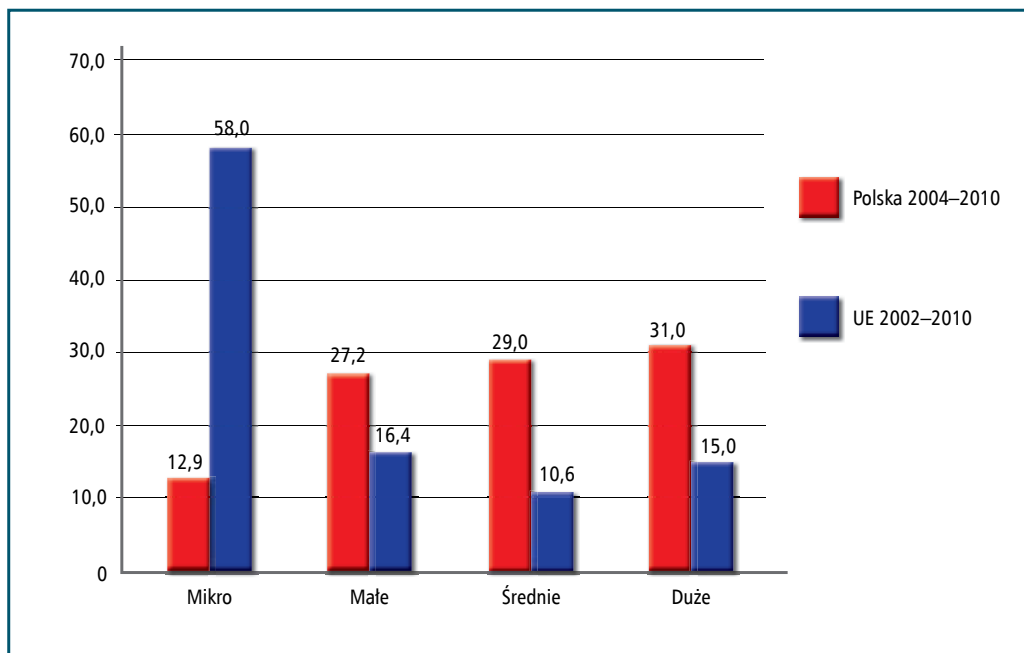
W ostatnich latach metoda dynamicznej alokacji cieszy się rosnącą popularnością, gdyż badacze z holenderskiego Instytutu EIM/Panteia opracowali algorytm, który pozwala ją zastosować w sytuacji, gdy ma się do dyspozycji jedynie dane zagregowane (de Wit i de Kok, 2013). To ważna zaleta, ponieważ dostęp do statystycznych danych jednostkowych dla celów badań naukowych jest w wielu krajach, w tym w Polsce, ograniczony, ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej.

Wykorzystując metodę dynamicznej alokacji, oszacowaliśmy wkład poszczególnych klas wielkości firm (mikro, małych, średnich i dużych) w Polsce, porównując te dane z podobną analizą dokonaną przez badaczy



Rysunek IV.2. Przyrost zatrudnienia według klas wielkości przy zastosowaniu czterech metod (2007–2010 w tys.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bazy Inc. 5000 2011.



Rysunek IV.3. Udział klas przedsiębiorstw w przyroście liczby pracujących w %:
Polska 2004–2010 i UE 2002–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2012) oraz de Wit i de Kok (2013).

holenderskich, dla wszystkich krajów Unii Europejskiej. Wyniki analizy porównawczej ilustruje rysunek IV.3.

Generalna tendencja zaobserwowana w krajach Unii Europejskiej jest taka, że największy wkład w tworzenie nowych miejsc pracy mają firmy najmniejsze (mikro). W kolejnych klasach wielkości udział w przyroście zatrudnienia stopniowo spada. Polska jest tu wyjątkiem, gdyż dynamika przyrostu w grupie firm dużych jest wyższa nie tylko w porównaniu do mikroprzedsiębiorstw i do całego sektora MŚP⁵.

Wyjaśnienie przyczyn tej nietypowej struktury przyrostu zatrudnienia w Polsce wymagałoby pogłębionej analizy, z uwzględnieniem zróżnicowania tendencji w poszczególnych gałęziach gospodarki. W tym miejscu warto zwrócić uwagę, że mimo znacznego przyrostu zatrudnienia w latach 2004–2010, w grupie firm dużych, w Polsce ich udział w całkowitym zatrudnieniu jest nadal poniżej średniej dla krajów Unii Europejskiej. Oznacza to, że dzięki relatywnie wyższej dynamice wzrostu zatrudnienia w firmach dużych, Polska zbliża się stopniowo do struktury podmiotowej gospodarki, charakterystycznej dla krajów wysoko przemysłowych.

⁵ Drugim krajem, w którym wystąpiły podobne tendencje, są Czechy, ale głównie dlatego, że tam w grupie mikroprzedsiębiorstw nastąpił absolutny spadek zatrudnienia.

3. Aktywność przedsiębiorcza a zatrudnienie – porównania międzynarodowe

3.1. Zróżnicowanie metod pomiaru

Jak wyjaśnialiśmy w rozdziale III, w dziedzinie statystyki i badań nad przedsiębiorczością mamy do czynienia ze zróżnicowaniem terminologicznym i metodologicznym, co utrudnia porównanie wyników w skali międzynarodowej. Szczególne nasilenie różnic metodologicznych dotyczy właśnie kwestii zatrudnienia. Ilustruje to tabela IV.1.

W tradycji badań amerykańskich pomiar statystyczny jest ograniczony do firm-pracodawców, a kategoria pracowników nie obejmuje właścicieli. Na drugim biegunie mamy statystykę przedsiębiorstw prowadzoną w systemie Eurostat-OECD, która uwzględnia wszystkie podmioty gospodarcze oraz wszystkie osoby zaangażowane w firmie (pracowników najemnych i właścicieli), czyli osoby pracujące⁶.

Tabela IV.1. Rodzaje podmiotów i rodzaje form aktywności ekonomicznej uwzględniane w statystyce i badaniach zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw

Rodzaj zatrudnienia	Rodzaje firm		Kandydaci na przedsiębiorców
	Tylko pracodawcy	Pracodawcy i solo	
Tylko pracownicy najemni	A.1. Statystyki wykorzystywane w badaniach prowadzonych w USA A.2. Entrepreneurship Indicators Programme* (EIP) – pomiar firm dynamicznych (<i>high-growth</i>) i gazeli	B. Pomiar aspiracji wzrostowych GEM (planowany wzrost zatrudnienia)	
Pracownicy najemni i właściciele	C. EIP – wskaźniki przeżycia przedsiębiorstw, kreacji i destrukcji zatrudnienia	D.1. Eurostat – Strukturalna statystyka przedsiębiorstw (SBS) D.2. EIP – statystyka według klas wielkości zatrudnienia	

* EIP – Entrepreneurship Indicators Programme to wspólna inicjatywa OECD i Eurostat dotycząca międzynarodowych porównań aktywności przedsiębiorczej według jednolitego zestawu wskaźników. Dane te są gromadzone od 2007 r. (OECD, 2013).

Źródło: opracowanie własne.

⁶ Nie lada problem sprawiają analitykom stosowane w statystyce kategorie osoby pracującej i osoby zatrudnionej. W powszechnym obiegu, w dyskusjach publicystycznych, ale niestety także w opracowaniach naukowych oraz w oficjalnych dokumentach agend rządowych pojęcia „pracujący” i „zatrudniony” są używane zamiennie. Tymczasem są one różne. Kategoria „pracujący” (*persons employed*) obejmuje oprócz zatrudnionych (*employees*) także właścicieli, niezatrudnionych w swoich firmach na podstawie stosunku pracy lub stosunku służbowego. W realiach polskiego sektora przedsiębiorstw ta różnica jest bardzo znacząca, bo w 2012 r. wynosiła ponad 2 mln osób (GUS, 2014).

W przypadku niektórych wskaźników przedsiębiorczości stosowane są rozwiązania pośrednie. W pomiarze udziału firm dynamicznych i gazeli stosuje się podejście amerykańskie, a w przypadku wskaźników przeżycia, kreacji i destrukcji zatrudnienia uwzględnia się tylko firmy-pracodawców, chociaż w pomiarze efektów bierze się pod uwagę zarówno zatrudnionych (pracowników najemnych), jak i właścicieli⁷.

Zasadniczo odmienne podejście stosowane jest w celu ustalenia wskaźnika aspiracji wzrostowych w badaniach GEM. Tu liczy się planowana a nie rzeczywista liczba zatrudnionych. Natomiast jeśli chodzi o rodzaje podmiotów, to oprócz firm-pracodawców i solo uwzględnia się także przedsiębiorców „w fazie przygotowania” (por. podrozdział III.3).

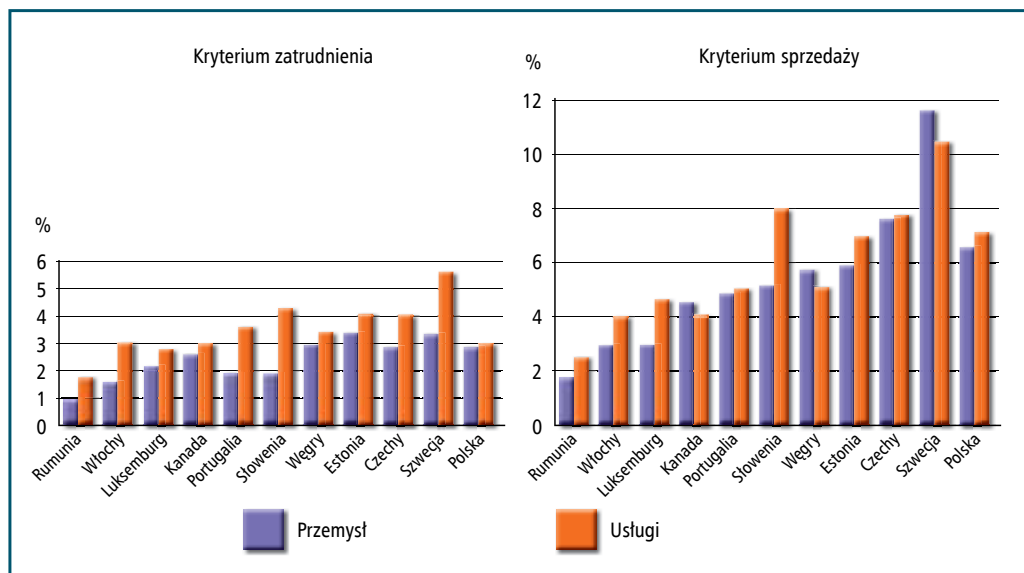
3.2. Rola firm dynamicznych/faz przyspieszonego wzrostu przedsiębiorstw

W tej dziedzinie dysponujemy ograniczonym zasobem informacji, ponieważ dane na temat znaczenia firm dynamicznych są gromadzone w systemie OECD-Eurostat dopiero od 2007 r. i stosunkowo nieliczna grupa krajów udostępnia je w sposób systematyczny⁸. Jak ilustruje rysunek IV.4, udział firm dynamicznych w Polsce, a więc takich, które w latach 2007–2010 rozwijały sprzedaż i/lub zatrudnienie w tempie minimum 20% rocznie, nie odbiega od tendencji zaobserwowanych w innych krajach. Przede wszystkim firmom znacznie łatwiej osiągnąć wysoką dynamikę sprzedaży niż zatrudnienia. Jednocześnie statystyki OECD pokazują, że kryzys, jaki wystąpił w latach 2008–2011, spowodował znaczące zmniejszenie udziału firm dynamicznych w całej populacji firm z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw. W Polsce w roku 2012 nastąpiło odwrócenie tego negatywnego trendu (GUS, 2014d, s. 2).

W systemie OECD-Eurostat zbierane są tylko dane dotyczące liczebności firm dynamicznych, co nie pozwala na porównawczą ocenę ich wpływu na zatrudnienie. Ten aspekt uwzględniliśmy w analizie polskiego sektora przedsiębiorstw w latach 2009–2012 (rysunek IV.5 oraz tabela 3, Aneks). Potwierdziła ona nieproporcjonalnie duży udział firm dynamicznych w zatrudnieniu (16,5% liczby pracujących wobec 10,4% ogólnej liczby firm (bez mikroprzedsiębiorstw). Trzeba jednak zastrzec, że powyższe dane dotyczą poziomu zatrudnienia, a nie przyrostu liczby nowych miejsc pracy, gdzie w świetle badań przeprowadzonych w różnych krajach udział firm dynamicznych jest szczególnie duży.

⁷ Uzasadnienie jest takie, że motywy zarejestrowania firmy bez pracowników są zróżnicowane i niekoniecznie oznaczają chęć rozpoczęcia działalności gospodarczej, a to mogłoby zniekształcić występujące tendencje.

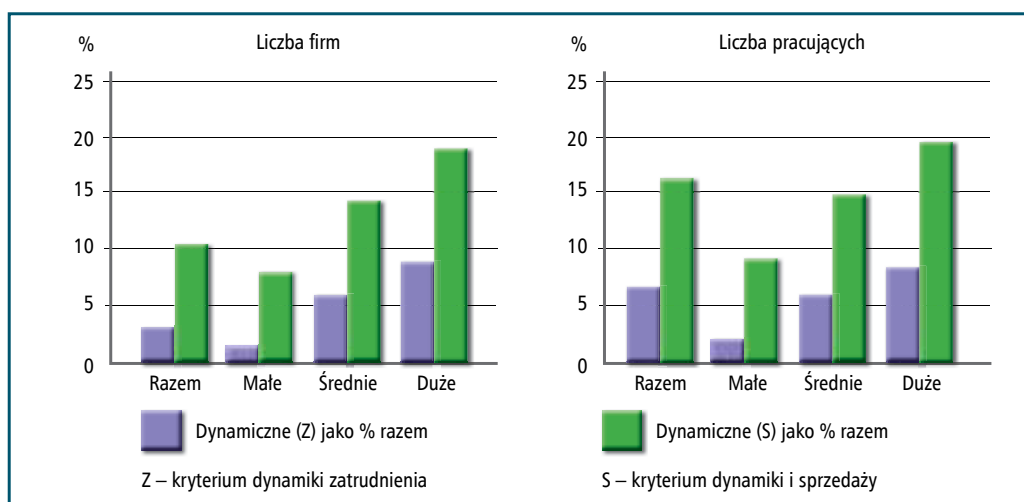
⁸ GUS nie przekazuje danych dotyczących firm dynamicznych w ramach Programu EIP, chociaż od 2010 r. prowadzi analizy dynamiki wzrostu przedsiębiorstw (por. GUS, 2014).



Rysunek IV.4. Firmy dynamiczne jako % ogółu firm o liczbie pracujących 10 i więcej osób 2007–2010: kryterium dynamiki zatrudnienia i sprzedaży

Źródło: OECD (2013) oraz obliczenia własne na podstawie danych źródłowych GUS.

Interesujące są natomiast wyniki badań rozkładu firm dynamicznych w Polsce według klas wielkości przedsiębiorstw w 2012 r. (tabela 3, Aneks). Z jednej strony potwierdzają tendencje zaobserwowane w innych krajach (por. podrozdział IV.2), że firmy dynamiczne występują we wszystkich



Rysunek IV.5. Firmy dynamiczne na tle całej populacji firm w Polsce (z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw) w latach 2009–2012 (kryterium zatrudnienia Z i sprzedaży S)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych źródłowych GUS. Zob. tabela 3 (Aneks).

klasach wielkości. Zaskakujące jest natomiast, że relatywnie więcej jest firm dynamicznych wśród firm średnich i dużych niż wśród małych. Po części może to być rezultatem metody przypisania podmiotu do określonej klasy wielkości, według końcowego roku pomiaru⁹.

Z drugiej strony wynik ten koresponduje z inną zaobserwowaną tendencją, którą przedstawiliśmy wcześniej (podrozdział IV.3), a mianowicie, że firmy duże miały ważny udział w przyroście zatrudnienia w polskim sektorze przedsiębiorstw w latach 2004–2010.

3.3. Aspiracje wzrostowe początkujących firm w dziedzinie zatrudnienia

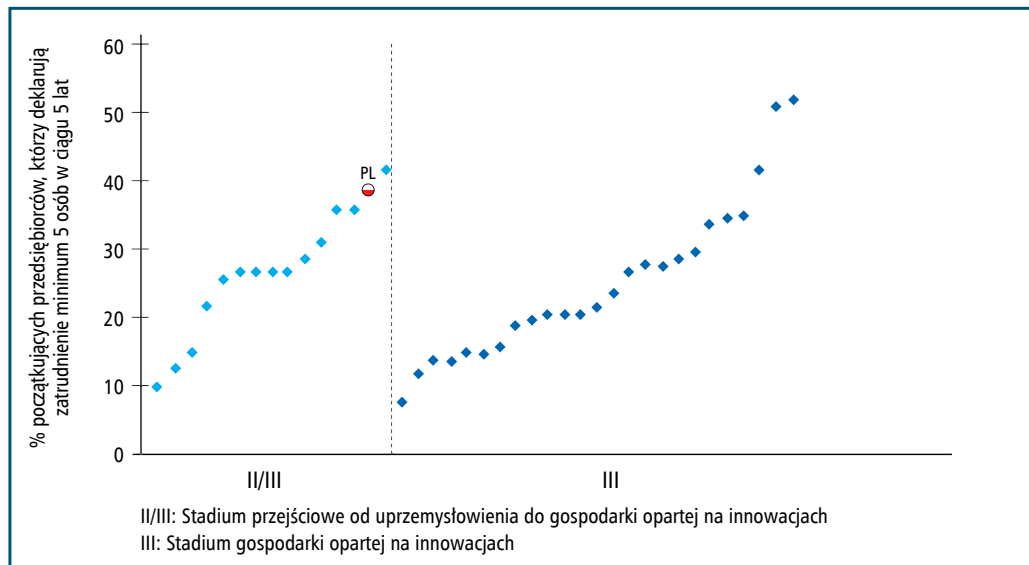
Ważną wskazówką dotyczącą perspektywicznej dynamiki wzrostu zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw mogą być plany początkujących przedsiębiorców. W badaniach GEM miarą aspiracji wzrostowych jest udział w całej populacji tych początkujących przedsiębiorców, którzy w ciągu 5 lat zamierzają osiągnąć poziom zatrudnienia minimum 5 osób (por. podrozdział III.6). Zgodnie z przyjętą wcześniej metodą z bazy danych GEM za 2013 r. wyodrębniliśmy kraje zaliczane do dwóch grup: grupy przejściowej od fazy uprzemysłowienia (efektywności) do fazy gospodarki opartej na innowacjach (do których zaliczana jest Polska), oraz krajów mających gospodarkę opartą na innowacjach.

Jak ilustruje rysunek IV.6, na tle obydwu grup krajów polscy początkujący przedsiębiorcy charakteryzują się bardzo wysoką skłonnością do zatrudnienia pracowników. Jednak w ocenie tych wyników trzeba zachować daleko idącą ostrożność, gdyż w tej dziedzinie ujawniają się ewidentne słabości metodologii GEM. Przede wszystkim, podobnie jak w przypadku podstawowego wskaźnika początkowej aktywności przedsiębiorczej (TEA), obserwujemy znaczne wahania wskaźnika aspiracji wzrostowych z roku na rok. W przypadku Polski wskaźnik ten spadł z 43% w 2011 do 30% w roku 2012, by w 2013 wzrosnąć do 39%. Tak duża amplituda w trzyletnim okresie nie jest zresztą wyjątkiem¹⁰.

Trzeba pamiętać, że w badaniach GEM respondenci, czyli początkujący przedsiębiorcy deklarują tylko swoje plany dotyczące zatrudnienia, które nie muszą się zmaterializować. Jak ilustruje rysunek IV.7, nawet w rozwiniętych krajach europejskich, dane GEM wydają się odzwierciedlać raczej entuzjazm młodych przedsiębiorców niż aktualne trendy w gospodarce. Do

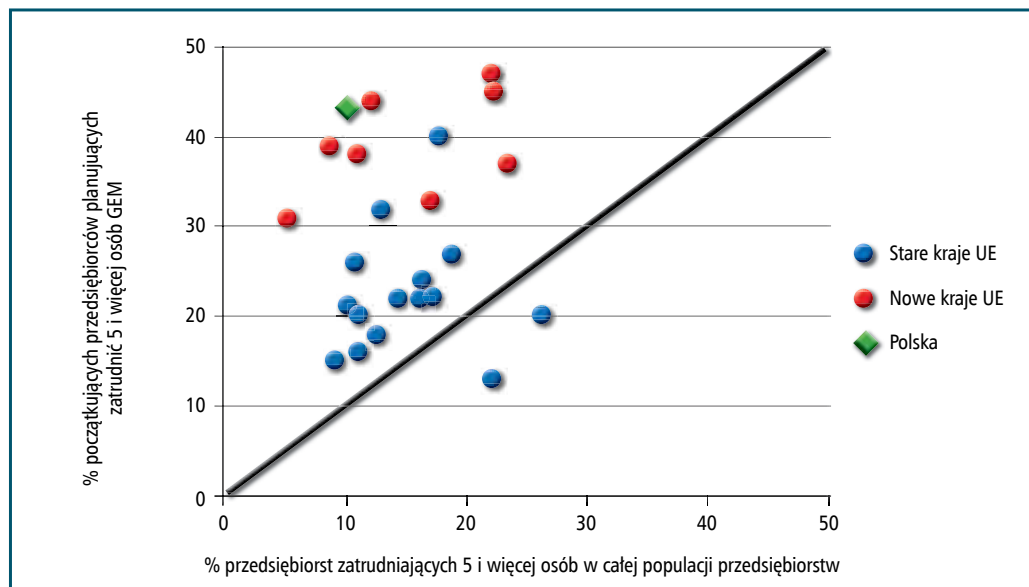
⁹ Firma, która była mała, a w wyniku przyspieszonego rozwoju w końcowym roku osiągnęła status firmy dużej, zalicza się do tej ostatniej kategorii. Kwestię tę wyjaśniliśmy w p. 3.

¹⁰ Przykładowo poziom wskaźnika aspiracji wzrostowych w latach 2011–2013 kształtował się odpowiednio: Litwa – 37%, 50%, 36%, Łotwa – 47%, 53%, 42%, Japonia – 25%, 35%, 42%, Korea Południowa 23%, 36%, 28%.



Rysunek IV.6. Aspiracje rozwojowe początkujących przedsiębiorców w badaniach GEM w 2013 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych projektu GEM.



Rysunek IV.7. Porównanie odsetka początkujących przedsiębiorców planujących zatrudnienie minimum 5 osób z faktycznym udziałem firm zatrudniających minimum 5 osób w całej populacji przedsiębiorstw w krajach europejskich w latach 2011–2013.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat i Bazy Projektu GEM.

takiego wniosku prowadzi porównanie planów zatrudnieniowych z procentowym udziałem już funkcjonujących firm, które faktycznie zatrudniają 5 i więcej pracowników. Ten nadmierny optymizm jest szczególnie widoczny w nowych krajach członkowskich, w tym w Polsce. Przedsiębiorcy „starej” Europy bardziej realistycznie oceniają swoje perspektywy, zwłaszcza w Austrii i Luksemburgu¹¹.

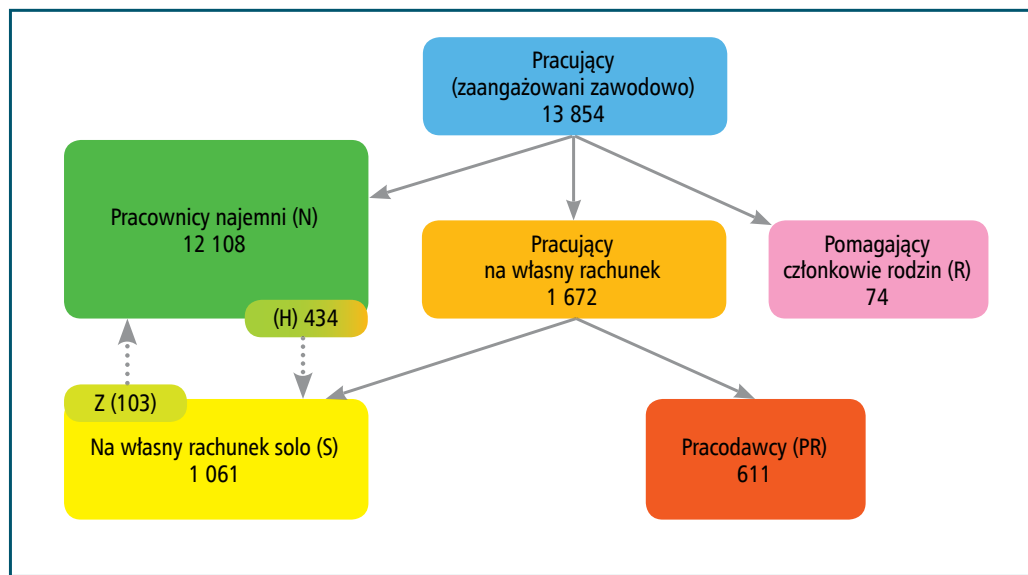
4. Formy pośrednie między pracą na etacie i prowadzeniem przedsiębiorstwa zatrudniającego pracowników

Jeszcze kilkadziesiąt lat temu podział na rynku pracy był dość klarowny. Po jednej stronie mieliśmy pracowników najemnych, a po drugiej przedsiębiorców, którzy tych pracowników zatrudniali. Współcześnie sytuacja bardzo się skomplikowała ze względu na występowanie na szeroką skalę rodzajów aktywności zawodowej, które nie mieszczą się w tym dychotomicznym podziale. W tym obszarze występują przejawy przedsiębiorczości zakwalifikowane w podrozdziale II.2 do grupy „między etatem a firmą-pracodawcą”. Zilustrujmy wspomniane zjawiska na przykładzie polskiej gospodarki w 2013 r. (rysunek IV.8).

W pierwszej kolejności zwraca uwagę fakt, że w zdecydowanej większości przypadków prowadzenie działalności gospodarczej nie łączy się z zatrudnianiem pracowników. Blisko 2/3 wszystkich pracujących na własny rachunek w Polsce to firmy solo, dla których właściciele jest to główna forma aktywności zawodowej (S). Pewna część przedsiębiorców solo to osoby prowadzące działalność gospodarczą i realizujące świadczenia wyłącznie na rzecz jednego kontrahenta (przedsiębiorcy zależni – Z). Jak wyjaśnialiśmy w rozdziale II, tylko część przedsiębiorczości zależnej ma charakter wymuszony przez kontrahenta, często byłego pracodawcę.

Z drugiej strony mamy 434-tysięczną grupę tzw. przedsiębiorców hybrydowych (H) (por. podrozdział II.2), którzy prowadzą działalność gospodarczą równoległe z zatrudnieniem etatowym, traktowanym jako główne źródło utrzymania. W zdecydowanej większości są to przedsiębiorcy solo, jednak ok. 6% „hybrydowców” zatrudnia pracowników najemnych. Występują także sytuacje odwrotne – podejmowanie dodatkowego zatrudnienia

¹¹ Przesadny optymizm jest szczególnie widoczny w krajach słabo rozwiniętych. Jak bowiem wyjaśnić fakt, że w badaniu GEM w 2012 r. 50% początkujących przedsiębiorców kolumbijskich zadeklarowało plany zatrudnienia minimum 5 osób, a podobny odsetek wśród przedsiębiorców egipskich wyniósł aż 63% (Baza Projektu GEM 2014)?



Rysunek IV.8. Pracownicy najemni i przedsiębiorcy (poza rolnictwem w tys. w 2013 r.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych źródłowych GUS (BAEL). Zob. tabela 4 (Aneks).

etatowego przez przedsiębiorców – ale ich skala jest zdecydowanie mniejsza i nieistotna w skali całej gospodarki.

Powyższe zjawiska otwierają jakościowo nową perspektywę dla poszukiwania odpowiedzi na pytanie: „Kto tworzy nowe miejsca pracy?”. Przedsiębiorstwa solo, czyli firmy, które nie zatrudniają pracowników najemnych, stwarzają najwięcej kłopotów w tym zakresie. W literaturze przedmiotu obserwujemy skrajnie odmienne podejścia: pierwsze – negujące potrzebę uwzględnienia tej grupy w analizie zatrudnienia, drugie – wskazujące na istotną rolę przedsiębiorstw solo w walce z bezrobociem.

Kierunek negujący potrzebę uwzględnienia tej grupy firm ma swoje korzenie w tradycji badań w Stanach Zjednoczonych. Główne argumenty za tym, by tej kategorii nie uwzględniać w analizie statystycznej, są następujące:

- ➔ W analizie wpływu przedsiębiorczości na wzrost zatrudnienia w ostatnich kilkudziesięciu latach w Stanach Zjednoczonych, uwaga badaczy amerykańskich skupiała się na tworzeniu nowych miejsc pracy, czyli zatrudnieniu etatowym¹². Przy takim podejściu uwzględnienie firm solo w analizie było zbędne.

¹² Pojęcie *job* w klasycznym pytaniu *Who creates jobs?* („Kto tworzy miejsca pracy?”) wyraźnie wskazuje, że chodzi o pracowników najemnych.

- ➔ Ekonomiczne znaczenie firm solo jest niewielkie. Przykładowo w USA realizują one tylko 4% wszystkich przychodów ze sprzedaży sektora przedsiębiorstw (Shane, 2012).
- ➔ Firmy solo traktuje się jako quasi-przedsiębiorstwa, gdyż charakter ich działalności jest bliższy zatrudnieniu niż prowadzeniu własnej firmy. Prawdziwe zderzenie z realiami działalności gospodarczej następuje dopiero w momencie zatrudnienia pierwszego pracownika.
- ➔ Firmy solo, w porównaniu do pozostałych podmiotów, mają w większości krajów bardzo ograniczone obowiązki w zakresie sprawozdawczości statystycznej. Niektóre formy własnej aktywności w ogóle nie wymagają rejestracji. Przykładowo: wiele rodzajów usług jest świadczonych na podstawie umowy zlecenia i umowy o dzieło. To istotnie ogranicza możliwości śledzenia ich aktywności

Można jednak przytoczyć wiele ważkich argumentów za tym, by uwzględnić w analizie specyficzną formę „zatrudnienia”, a więc aktywność ekonomiczną przedsiębiorców solo. Po pierwsze udział firm solo w całej populacji przedsiębiorców w krajach wysoko rozwiniętych wykazuje w ostatnich kilkunastu latach wyraźną tendencję zwyżkową. Przykładowo, w USA udział ten w 2000 r. wynosił 75%, a w 2010 r. już 79% (Shane, 2012). Podobne zmiany wystąpiły w gospodarce niemieckiej: wzrost z 51% w 2000 do 56% w 2009 roku. Faktycznie cały przyrost podmiotów gospodarczych w Niemczech w latach 2000–2009 dotyczył firm solo (Fritsch i in., 2012). Skala przedsiębiorczości solo jest na tyle poważna, że niektórzy badacze dostrzegają w niej czynnik równorzędny do powstania innowacyjnych firm, który doprowadził do renesansu przedsiębiorczości w końcu XX i na początku XXI wieku (Wennekers i in., 2010) (podrozdział I.1).

Generalnie rosnąca liczba firm solo wiąże się z rozwojem usług, ale także rozwojem kooperacyjnych form działalności biznesowej, w tym zwłaszcza outsourcingu. Podobnie rozwój elastycznych form zatrudnienia skłania do wyboru pracy na własny rachunek, nawet jeśli nie jest to wymagane przez kontrahenta¹³. Ponadto, aktywność przedsiębiorczą coraz częściej podejmują osoby, w przypadku których trudno oczekiwać, że będą zatrudniały pracowników (np. osoby starsze, niepełnosprawne).

W kontekście wdrażania instrumentów polityki, których celem jest ograniczenie bezrobocia, potrzeba uwzględnienia kategorii przedsiębiorców

¹³ Tak będzie w przypadku pracy zdalnej prowadzonej z domu. Ze względu na praktyczne kwestie, takie jak rozliczenie kosztów zakupu komputera czy kosztów bieżących (elektryczność, woda gaz), bardziej efektywne może się okazać zarejestrowanie działalności gospodarczej.

solo jest oczywista. Nawet jeśli właściciel firmy nie zatrudnia pracowników, to sam jest aktywny ekonomicznie. Nie zabiera pracy innym i – w sensie formalnym – nie jest bezrobotny¹⁴. Przedstawiona wyżej logika rozumowania jest niezwykle sugestywna i stała się podstawą wdrożenia w wielu krajach programów zachęcających osoby bezrobotne do zakładania własnych firm.

Także w środowisku naukowym przekonanie badaczy o potrzebie włączenia do analizy aktywności przedsiębiorczej również firm solo staje się powszechne. Znamienna jest tu wypowiedź czołowego amerykańskiego badacza S.A. Shane'a: „Najnowsze trendy (...) wskazują, że musimy zrozumieć, dlaczego coraz mniej Amerykanów decyduje się uruchomić biznes z pracownikami. Bez odpowiedzi na to pytanie interpretacja danych dotyczących mniejszych firm będzie trudna” (Shane, 2012).

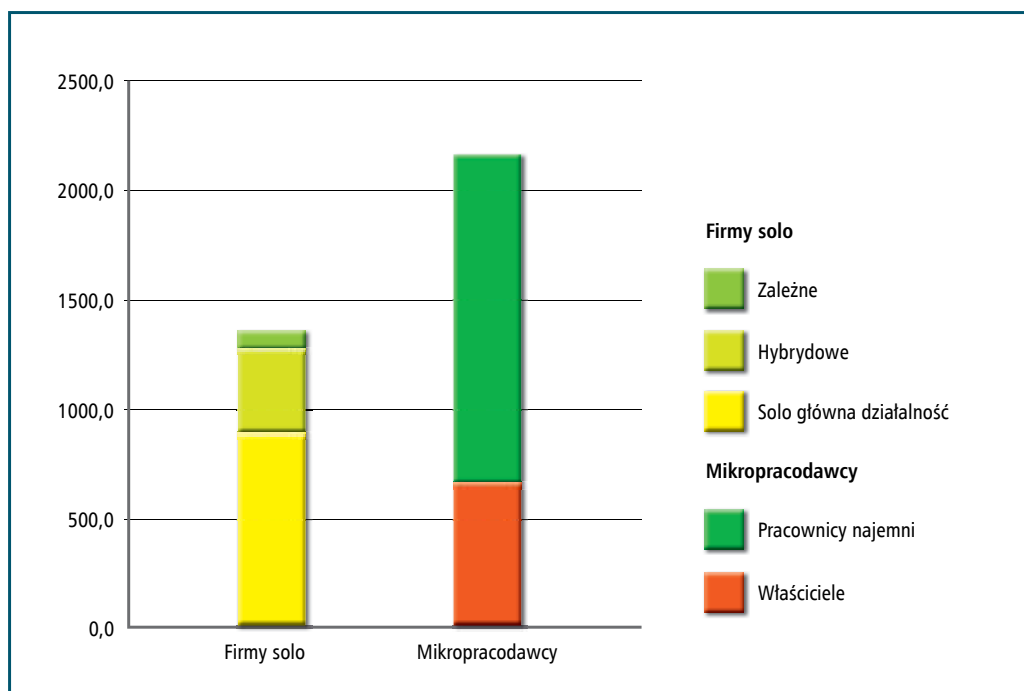
5. Wewnętrzna segmentacja sektora mikroprzedsiębiorstw

Występowanie pośrednich form między aktywnością przedsiębiorczą a pracą najemną dotyczy w decydującej mierze sektora mikroprzedsiębiorstw (zatrudniających do 9 osób) i decyduje o jego wewnętrznym zróżnicowaniu. W ujęciu ilościowym jest to segment dominujący: w zdecydowanej większości krajów przekracza 90% wszystkich podmiotów gospodarczych. W roku 2010 średnia dla krajów UE wynosiła 93,8% wobec 95,2% w przypadku Polski (Baza Eurostat, 2014).

W świetle przedstawionych danych wyraźnie rysuje się potrzeba wewnętrznej segmentacji sektora mikroprzedsiębiorstw i rozróżnienie w pierwszej kolejności przedsiębiorców solo i mikropracodawców. W przypadku tych ostatnich, zatrudnienie pracowników wymaga większej dojrzałości organizacyjnej i odpowiedniej bazy materialno-technicznej, choćby ze względu na obowiązek przestrzegania przepisów BHP. Zwiększa też ryzyko, gdyż w przypadku upadłości trzeba się liczyć z koniecznością uregulowania zobowiązań z tytułu rozwiązania umów o pracę.

Z kolei wśród podmiotów solo wyróżniamy dwie szczególne podgrupy. Pierwsza to przedsiębiorcy hybrydowi, dla których prowadzenie biznesu jest działalnością uboczną w stosunku do zatrudnienia etatowego.

¹⁴ W wielu krajach, m.in. w Polsce, osoby, które chcą się ubiegać o status bezrobotnego, muszą zarejestrować prowadzoną wcześniej działalność gospodarczą.



Rysunek IV.9. Struktura zatrudnienia w polskich mikroprzedsiębiorstwach w 2012 r. (w tys.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie specjalnie przetworzonych danych GUS. Zob. tabela 5 (Aneks).

Natomiast dla przedsiębiorców zależnych działalność gospodarcza w praktycznym wyrazie bardzo przypomina pracę najemną, a nierzadko stanowi kamuflaż dla typowej relacji pracodawca–pracownik¹⁵.

Uwzględniając proporcje wynikające z danych BAEL i specjalnie przetworzonych danych w systemie statystyki przedsiębiorstw GUS, dokonaliśmy wewnętrznego podziału mikroprzedsiębiorstw, a następnie oszacowaliśmy liczebność tych segmentów oraz ich udziału w zatrudnieniu (liczbie pracujących) w 2012 r. (rysunek IV.9, tabela 5, Aneks).

Jeśli chodzi o liczbę podmiotów, to przedsiębiorcy solo zdecydowanie górują nad mikropracodawcami (1 238 tys. wobec 535 tys.). Natomiast w zatrudnieniu przodującą rolę odgrywają mikropracodawcy. Tworzą warunki dla aktywności gospodarczej nie tylko dla siebie, lecz także dla innych, zatrudniając pracowników najemnych (na jednego mikropracodawcę przypada średnio 2,3 pracowników).

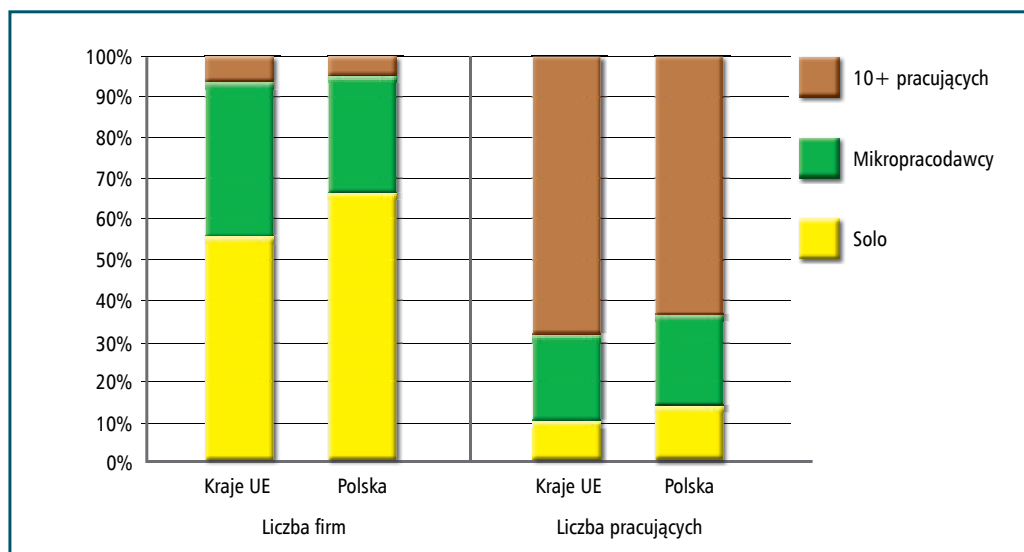
Interesująca jest też wewnętrzna struktura firm solo, gdzie 28% stanowią przedsiębiorcy hybrydowi, a 7% przedsiębiorcy zależni¹⁶.

¹⁵ Zaproponowany podział ma charakter uproszczony i nie uwzględnia omawianych wcześniej niuansów, takich jak choćby to, że przedsiębiorcy hybrydowi sami są niekiedy pracodawcami.

¹⁶ Do danych na temat przedsiębiorczości zależnej należy podchodzić ostrożnie. Próby oszacowania

Proponowana segmentacja mikroprzedsiębiorstw daje możliwości pogłębionej analizy roli tej grupy firm w całym sektorze przedsiębiorstw. Zbyt wysoki udział mikroprzedsiębiorstw traktowany jest często jako przejaw słabości i względnego niedorozwoju struktury podmiotowej sektora przedsiębiorstw. Jak wynika z danych przedstawionych na rysunku IV.10 i w tabeli 6 (Aneks), jeśli chodzi o liczebność, w Polsce udział mikroprzedsiębiorstw jest znacznie wyższy niż średnia europejska.

Równocześnie w Polsce mamy nieproporcjonalnie duży udział przedsiębiorców solo i dużo mniej mikropracodawców. Średnia liczba pracujących u jednego mikropracodawcy jest w Polsce nieco wyższa niż przeciętna w całej Unii Europejskiej. Łączny efekt oddziaływania tych czynników jest taki, że udział mikropracodawców w ogólnym zatrudnieniu sektora mikroprzedsiębiorstw jest w Polsce zbliżony do średniej europejskiej. By ocenić makroekonomiczne skutki powyższych tendencji, należałoby dokonać bardziej szczegółowej analizy, z uwzględnieniem specyfiki branżowej. Wyodrębnienie w tym celu kategorii firm solo oraz mikropracodawców wydaje się ze wszech miar przydatne.



Rysunek IV.10. Przedsiębiorcy solo i mikropracodawcy w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej w 2010 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z Bazy Eurostat. Zob. tabela 6 (Aneks).

skali tego zjawiska GUS podjął dopiero w ostatnich latach. Według źródeł GUS z zastosowaniem dwóch różnych metod, liczba przedsiębiorców zależnych oszacowana została w 2012 r. w przedziale 82–105 tysięcy.

6. Jakość miejsc pracy w sektorze MŚP

O tym, że liczy się nie tylko przyrost, lecz także jakość nowych miejsc pracy, nie trzeba nikogo przekonywać. Trudno się zatem dziwić, że wymiar jakościowy znalazł poczesne miejsce w dyskusji na temat roli sektora MŚP w zatrudnieniu.

Pojęcie jakości zatrudnienia (miejsc pracy) odnosi się w pierwszej kolejności do warunków pracy w techniczno-organizacyjnym znaczeniu. Chodzi o warunki, takie jak oświetlenie, czystość pomieszczeń, konsekwencje zdrowotne wykonywanych czynności w miejscu pracy, zagrożenie wypadkowe. Na warunki pracy ma też wpływ zakres samodzielności (autonomii) pracownika, a ponadto trudno definiowalne czynniki, jak klimat i atmosfera w pracy.

W szerszym kontekście możemy mówić o dobrych bądź złych warunkach zatrudnienia, na które składają się rodzaje umów regulujących świadczenie pracy, wysokość wynagrodzenia, oferta dodatkowych świadczeń socjalnych, elastyczność czasu pracy, możliwość podnoszenia kwalifikacji, a także awansu w strukturze firmy. Ważnym kryterium są też sformalizowane formy reprezentacji interesów pracowniczych – obecność związków zawodowych, udział pracowników w organach stanowiących przedsiębiorstw.

Jeśli chodzi o warunki zatrudnienia, to ekonomiści są generalnie zgodni (Shane, 2008; Parker 2009; de Kok i in., 2011), że duże firmy mają zdecydowaną przewagę nad firmami małymi, zwłaszcza początkującymi. Duże firmy oferują wyższe płace, szerszy zakres dodatkowych świadczeń socjalnych, a jednocześnie w większym zakresie wprowadzają systemy, uzależniające płace od uzyskiwanych wyników – indywidualnych i/lub grupowych. Podczas gdy w małych firmach dominuje szkolenie na stanowisku pracy (*on-the-job training*), pracownicy dużych przedsiębiorstw mogą, a nawet mają obowiązek uczestniczyć w sformalizowanych programach szkoleniowych. Także zagrożenie utratą pracy w małych firmach jest wyższe niż w dużych, nie tylko z powodu większego ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej, ale też w wyniku częstszego stosowania w tej pierwszej grupie umów o pracę na czas określony oraz elastycznych form zatrudnienia. W tym ostatnim przypadku przewaga dużych korporacji ulega stopniowej erozji, gdyż one także coraz szerzej wykorzystują wspomniane formy.

Jeśli chodzi o jakość warunków pracy w węższym znaczeniu, to ocena porównawcza jest znacznie trudniejsza ze względu na trudności w stosowaniu obiektywnych kryteriów. Generalnie uważa się jednak, że techniczno-organizacyjne warunki pracy są lepsze w dużych firmach. Dzieje się tak między innymi dlatego, że działające tam związki zawodowe wymuszają

przestrzeganie odpowiednich standardów bezpieczeństwa i higieny pracy. Poza tym duże korporacje ponoszą relatywnie większe straty wizerunkowe, w przypadku naruszenia wspomnianych standardów.

Z kolei mniejsze firmy mają przewagę jeśli chodzi o przyjazną atmosferę w miejscu pracy, a także większą samodzielność pracowników w realizacji powierzonych zadań. W tym ostatnim przypadku pośrednim dowodem może być ścieżka kariery zawodowej przedsiębiorców wiedzy. Jak wyjaśnialiśmy w podrozdziale II.3), większość przedsiębiorców wiedzy wywodzi się z mniejszych firm (Parker, 2009). Samodzielność i różnorodność pracy, a także możliwość obserwacji zachowań przedsiębiorcy-właściciela małej firmy stanowi dobre przygotowanie do uruchomienia własnego biznesu.

Podsumowując, w świetle dostępnych wyników badań rysuje się dość klarowny obraz: mniejsze firmy oferują gorsze miejsca pracy niż duże korporacje. Taka generalna ocena, oparta na obiektywnych kryteriach, nie zawsze koresponduje z subiektywną oceną samych zatrudnionych. Przeprowadzone w wielu krajach badania satysfakcji z pracy wykazały, że ci wywodzący się z mniejszych firm byli bardziej zadowoleni niż pracownicy dużych organizacji (de Kok i in., 2011).

W dotychczasowych rozważaniach przyjmowaliśmy milcząco, że gorsze miejsca pracy to negatywna cecha sektora MŚP. To prawda, jednak w szerszym kontekście społeczno-ekonomicznym można tu dostrzec także walor pozytywny. Chodzi mianowicie o szanse zatrudnienia dla dwóch grup społecznych, znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy – bezrobotni i osoby w starszym wieku. Okazuje się, że takie osoby mają znacznie większe możliwości zatrudnienia w mniejszych firmach niż w dużych. Warunki, na jakich muszą podjąć zatrudnienie, są gorsze, ale problem polega na tym, że duże korporacje z reguły nie oferują tego typu miejsc pracy.

7. Podsumowanie

W wyniku intensywnych badań, prowadzonych w okresie ostatnich kilkunastu lat, wiemy obecnie znacznie więcej na temat roli różnych grup przedsiębiorstw oraz czynników wpływających na tworzenie przez nie nowych miejsc pracy. Niezależnie od sygnalizowanych wcześniej trudności metodologicznych, zgromadzona wiedza oraz dokładniejsze dane statystyczne pozwoliły wyjść poza alternatywę: duże czy małe firmy, i pokazać zróżnicowanie sektora przedsiębiorstw pod względem wpływu na zatrudnienie. Obecnie szczególnym wyzwaniem badaczy zajmujących się związkami aktywności przedsiębiorczej z zatrudnieniem, są jakościowe zmiany

na rynku pracy. Jeszcze w latach 70. i 80. XX w. zatrudnienie kojarzyło się ze stanowiskiem pracy i jego fizycznym wymiarem (lokalizacja, wyposażenie, prawa i obowiązki pracownicze itp.). Dostyc wyraźny był też podział na pracowników i pracodawców.

Współcześnie, w wyniku stosowania elastycznych form zatrudnienia i różnicowania form prowadzenia działalności gospodarczej, granica między przedsiębiorczością a zatrudnieniem stała się płynna. Dla coraz liczniejszej grupy osób znajdujących się w strefie „pośredniej”, takich jak przedsiębiorcy solo, zależni i hybrydowi, bardziej adekwatna wydaje się kategoria „aktywność ekonomiczna” lub „zaangażowanie ekonomiczne”.

Proponowana segmentacja sektora mikroprzedsiębiorstw może być przydatna do analizy tego typu procesów zachodzących we współczesnej gospodarce. Oczywista jest potrzeba wyodrębnienia przedsiębiorców solo, jako szczególnego adresata polityki przedsiębiorczości. Właśnie do tego segmentu odnosi się argument o fundamentalnej słabości mniejszych firm, uzasadniający wsparcie udzielane ze środków publicznych. W rozdziale II prezentowaliśmy liczne przykłady, gdzie wspieranie działalności gospodarczej przez osoby znajdujące się w szczególnie trudnym położeniu na rynku pracy, jest podyktowane ważnymi względami społecznymi. Z tego względu instrumenty polityki gospodarczej, adresowane do przedsiębiorców solo, muszą być skoordynowane z równoległymi działaniami podejmowanymi w ramach polityki rynku pracy i, szerzej, polityki społecznej.

Jak wykazaliśmy wyżej, populacja przedsiębiorców solo jest wewnętrznie zróżnicowana. Przedsiębiorcy hybrydowi generalnie pozostają poza sferą zainteresowania polityków, gdyż mają pracę, niejako w podwójnym wymiarze. Bardziej pogłębiona analiza wskazuje jednak, że część przedsiębiorców hybrydowych traktuje zatrudnienie etatowe jako swoisty bufor bezpieczeństwa, do czasu aż młoda firma stanie na nogi i zdobędzie wystarczającą bazę klientów. Wsparcie publiczne może przyspieszyć decyzję o rezygnacji z etatu i całkowite poświęcenie się własnej firmie. Tym samym zwolnione etaty mogą być zajęte przez innych, zaś pełne zaangażowanie właścicieli w rozwój biznesu, przynajmniej w niektórych przypadkach, spowoduje zatrudnienie pracowników najemnych.

Na szczególną uwagę zasługują nowe zjawiska występujące w obszarze przedsiębiorczości zależnej. Chodzi zwłaszcza o rozróżnienie tych przejawów, które w wyniku zastosowania nowoczesnych technologii i metod organizacyjnych zwiększają elastyczność relacji między pracownikiem a pracodawcą, a sytuacją, gdy działalnością gospodarczą jest wymuszana przez pracodawców i faktycznie stanowi zakamuflowany stosunek pracy.

Jeśli chodzi o „klasycznych” przedsiębiorców solo (podstawowe źródło utrzymania, posiadanie wielu odbiorców dóbr i usług), część z nich to jednostki z potencjałem rozwojowym. Praktyka pokazuje, że zatrudnienie

pierwszego pracownika stanowi poważną barierę ze względu na niezbędne dostosowanie organizacyjne, dodatkowe obciążenia administracyjne, znajomość przepisów itp. Stąd w niektórych krajach wdrażane są instrumenty zachęcające do przyjęcia pierwszego pracownika. Wobec dużej i rosnącej liczby przedsiębiorców solo efekty takiej polityki mogą być znaczące. W polskich realiach, gdyby udało się zachęcić w ten sposób tylko 10% przedsiębiorców solo, przyniosłoby to ok. 100 tys. nowych miejsc pracy¹⁷.

W polityce przedsiębiorczości na szczególną uwagę zasługuje segment firm-pracodawców. Ich pozytywny wpływ na zatrudnienie, a właściwie na zaangażowanie ekonomiczne, dotyczy zarówno pracowników najemnych, jak i właścicieli. Zwiększenie przeciętnej liczby pracowników etatowych, przypadających na jeden podmiot w tym segmencie, wpływa na wzrost wydajności pracy, ze wszystkimi pozytywnymi skutkami zarówno dla samej firmy, jak i dla budżetu państwa (wzrost wpływów podatkowych).

Doświadczenia ostatnich kilkudziesięciu lat pokazują dobitnie, że bezrobocie stanowi nadal palący, nierozwiązany problem ekonomiczny i społeczny, nie tylko w krajach zacofanych, lecz także tych najwyżej rozwiniętych. Stąd pytanie „Kto tworzy nowe miejsca pracy?” pozostaje aktualne, także w kontekście wdrażania skutecznych instrumentów stymulujących wzrost zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw.

Przedstawione w niniejszym rozdziale wyniki badań empirycznych nie dają na to pytanie jednoznacznej odpowiedzi. Pokazują bowiem, że możliwości tworzenia nowych miejsc pracy należy szukać w różnych klasach wielkości przedsiębiorstw i z pewnością nie można lekceważyć przedsiębiorstw dużych. Przypomnijmy, że to właśnie duże firmy miały największy udział w przyroście zatrudnienia w Polsce w latach 2004–2010 (por. podrozdział IV.3). To z kolei rodzi bardziej ogólną wątpliwość, czy podstawowy kanon polityki odnoszącej się do sektora przedsiębiorstw, a mianowicie dychotomiczny podział na MŚP i duże firmy ma rację bytu we współczesnych realiach gospodarczych. Do tej kwestii wrócimy w ostatnim rozdziale, gdzie przedstawiamy systemowe ujęcie polityki przedsiębiorczości.

¹⁷ Niestety, w debacie na temat walki z bezrobociem w strefie UE pojawia się argument, że gdyby każda z 20 mln firm zatrudniła jedną osobę, problem bezrobocia zostałby rozwiązany. Model biznesowy realizowany przez zdecydowaną większość przedsiębiorców solo nie zakłada zatrudniania pracowników.

Rozdział

V

Przedsiębiorczość
a innowacje



Związek między przedsiębiorczością a innowacjami to jedna z najważniejszych kwestii, która współcześnie przykuwa uwagę teoretyków, polityków gospodarczych, a także ludzi biznesu. Przypomnijmy (por. rozdział I), że utożsamienie funkcji przedsiębiorcy z wdrażaniem innowacji legło u podstaw współczesnej teorii przedsiębiorczości, w ujęciu J. Schumpetera. Renesans przedsiębiorczości na przełomie XX i XXI wieku dokonał się dzięki aktywności małych, początkujących firm, które wdrażając przełomowe innowacje, były w stanie podważyć dominację wielkich koncernów, w ważnych gałęziach gospodarki. Wprowadzenie innowacyjnych zmian poza sferą gospodarki: w kulturze i sztuce, działalności społecznej czy administracji publicznej wiązało się nierozzerwalnie z upowszechnianiem postaw przedsiębiorczych – kreatywności, proaktywności i akceptacji ryzyka.

Zainteresowanie związkiem między przedsiębiorczością a innowacjami wynika z ogromnej roli, jaką te ostatnie odgrywają w procesie rozwoju gospodarczego. Na poziomie mikro innowacje decydują o pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw, a co za tym idzie – o możliwości wzrostu sprzedaży i generowaniu zysków. Równolegle innowacje są współcześnie głównym czynnikiem rozwoju w wymiarze makroekonomicznym. Jakkolwiek wynalazki powstają także na uniwersytetach, w ośrodkach badawczych czy jako wynik odkryć niezależnych twórców, ich przekształcenie w innowacje poprzez praktyczne zastosowanie następuje głównie w sektorze przedsiębiorstw.

Z tego względu, dla realizacji makroekonomicznej polityki rozwoju gospodarczego, znajomość procesów innowacyjnych zachodzących w przedsiębiorstwach ma znaczenie fundamentalne. Przedsiębiorstwa to „konie pociągowe” współczesnej gospodarki i nie jest bez znaczenia, jaką siłą dysponują, z jaką szybkością się poruszają i w jakim kierunku zmierzają. Mówiąc o sile, nie sposób, rzecz jasna, pominąć ich potencjału innowacyjnego.

Z perspektywy Polski i innych krajów doganiających (ang. *catching up*) wspomniane dylematy mają szczególny wymiar, właśnie ze względu na wciąż istniejący, znaczny dystans dzielący je do światowej czołówki. Czy to zapóźnienie stawia nas na straconej pozycji w wyścigu narodów, czy może stanowi szansę, by w nieodległej perspektywie wspomniamy dystans wydatnie zmniejszyć? Jak w tym celu wykorzystać potencjał przedsiębiorczy społeczeństwa? Jaką strategię innowacyjną powinny realizować przedsiębiorstwa, doganiając światową czołówkę? Powyższe problemy i dylematy przedstawimy w niniejszym rozdziale.

1. Innowacje jako czynnik rozwoju – perspektywa makroekonomiczna

Postęp techniczny i organizacyjny, przejawiający się we wdrażaniu nowych technologii, uważany jest współcześnie za istotny czynnik wzrostu w rozwiniętych gospodarkach. Pogląd ten został potwierdzony w licznych badaniach empirycznych i stanowi fundament tzw. endogenicznej teorii wzrostu, w której sformułowaniu ważną rolę odegrał P. Romer (1990). W koncepcji tej przyjmuje się, że nowe rozwiązania nie pochodzą z ogólnie dostępnego zasobu wiedzy, lecz są wynikiem celowego działania podmiotów (głównie przedsiębiorstw), angażujących się w prace badawczo-rozwojowe, w celu osiągnięcia zysku.

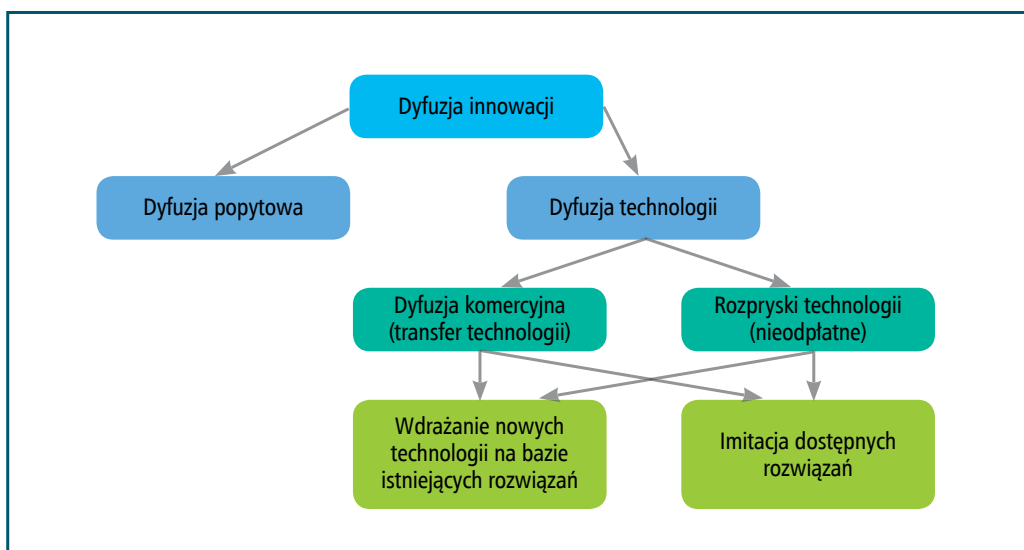
Zasadnicze znaczenie dla makroekonomicznych efektów postępu techniczno-organizacyjnego, ma szczególna właściwość technologii jako czynnika produkcji. W przeciwieństwie do kapitału rzeczowego, siły roboczej i kapitału ludzkiego (komponentu edukacji i doświadczenia, zwiększającego efekty oddziaływania czynnika ludzkiego), zastosowanie technologii w jednym przedsiębiorstwie nie ogranicza możliwości równoległego jej wykorzystania przez inne podmioty (zastosowanie nierywalizacyjne). W odróżnieniu od wcześniejszych modeli wzrostu nowa technologia nie jest klasycznym dobrem publicznym, gdyż dostęp do niej jest częściowo utrudniony w wyniku świadomej działalności oryginalnych twórców (ochrona patentowa, ograniczony dostęp do know-how)¹.

W endogenicznej teorii wzrostu ważny jest obiektywny i w znacznym stopniu nieunikniony charakter nieodpłatnej dyfuzji nowych rozwiązań w skali całej gospodarki, czyli występowanie tzw. efektów rozpryskowych (ang. *spillover effects*). Ich oddziaływanie jest dwojakie. Po pierwsze, prace badawczo-rozwojowe nad nowymi rozwiązaniami technologicznymi mogą być znacznie bardziej efektywne w krajach o zaawansowanym poziomie wiedzy. Innymi słowy: im wyższy w danym kraju poziom zaawansowania technologicznego, tym relatywnie niższy koszt wdrożenia kolejnych innowacji. To tłumaczy, dlaczego z efektów postępu techniczno-organizacyjnego korzystają w pierwszej kolejności kraje wysoko rozwinięte.

¹ W teorii ekonomii mówimy, że pewne dobra mają charakter publiczny, gdy spełnione są równocześnie dwa warunki. Po pierwsze, ich konsumpcja przez jeden podmiot nie zmniejsza możliwości konsumpcji przez inne podmioty. Ponadto, nie istnieje możliwość wykluczenia z korzystania z danego dobra przez podmioty nieuprawnione. Jeśli tylko jeden ze wspomnianych warunków jest spełniony, mamy do czynienia z dobrami klubowymi bądź dobrami wspólnej puli (Hofmøll, 2009, s. 42–44).

Po drugie, obserwujemy nieustanny proces asymilacji nowych rozwiązań poprzez podmioty nieuczestniczące w ich opracowaniu, w wyniku szeroko pojętej dyfuzji tych rozwiązań w skali całej gospodarki. Wyjaśnijmy w pierwszej kolejności stosowane pojęcia (rysunek V.1).

Najpierw należy rozróżnić dyfuzję innowacji w sferze popytowej od dyfuzji technologii (metod wytwarzania) (ang. *technology diffusion*). W pierwszym przypadku chodzi o zasięg akceptacji nowych produktów przez odbiorców. E.M. Rogers (1962)², biorąc pod uwagę otwartość konsumentów na nowe produkty, wyodrębnił pięć grup: innowatorzy, wczesni naśladowcy, wczesna większość, późna większość i maruderzy. Chodzi o to, że w początkowej fazie nowy produkt akceptują jedynie konsumenci-innowatorzy i wczesni naśladowcy.



Rysunek V.1. Rodzaje dyfuzji innowacji w gospodarce

Źródło: opracowanie własne.

W sferze dyfuzji metod wytwarzania (szeroko rozumianych technologii)³ rozróżniamy przepływy oparte na zasadach komercyjnych (transfer technologii) oraz tzw. efekty rozpryskowe (*spillover effects*). Podstawowe kanały komercyjnego transferu technologii to zakup maszyn i urządzeń, w przypadku których mówimy o technologii „ucieleśnionej”, umowy licencyjne oraz

² E.M. Rogers zatytułował swoją przełomową pracę poświęconą dyfuzji popytowej *Diffusion of Innovations*. W ten sposób niejako zawłaszczył termin, który sugeruje szerszy kontekst innowacji. Z tego względu badacze zajmujący się dyfuzją metod wytwarzania używają pojęcia „dyfuzja technologii” (*technology diffusion*).

³ Oryginalnie pojęcie „technologia” dotyczyło procesów produkcyjnych. Współcześnie pojęcie to uległo rozszerzeniu i obejmuje zmiany w systemie zarządzania i marketingu. W niniejszej pracy przyjmujemy to rozszerzone rozumienie technologii.

różnorodne formy współpracy kooperacyjnej. Z perspektywy makroekonomicznej bardzo istotny, choć często pomijany wpływ, mają „darmowe” efekty rozpryskowe⁴. Firma wdrażająca oryginalne rozwiązanie może uzyskać przejściowy monopol poprzez ochronę patentową czy ograniczenie dostępu do ważnych informacji. Z biegiem czasu „rozpryski” stają się nieuchronne i konkretna metoda wytwarzania (technologia) przechodzi do domeny publicznej.

Jak duże jest znaczenie efektów rozpryskowych w procesie wzrostu gospodarczego? Możemy się tu odnieść do szacunków dotyczących gospodarki USA. W.D. Nordhus (2004) wyliczył, że dochody oryginalnych twórców innowacji stanowiły niewiele ponad 2% łącznych efektów wdrożenia w skali całej gospodarki amerykańskiej w II połowie XX wieku. Bazując na innych wyliczeniach, W.A. Baumol (2010, s. 95–96) oszacował, że efekty rozpryskowe stanowią ponad 90% łącznych efektów innowacji i odpowiadają za ponad połowę przyrostu PKB USA.

W świetle powyższych ustaleń, dotyczących synergii między nowatorskim a dyfuzyjnym wymiarem innowacji, warto odnieść się do dorobku J. Schumpetera, niekwestionowanego autorytetu w tej dziedzinie (por. rozdział I). Dla niego liczyły się innowacje przełomowe, nie przywiązywał natomiast wagi do drobnych zmian adaptacyjnych, jakie występują w procesie wykorzystania oryginalnego rozwiązania przez naśladowców. Co więcej, sfera imitacji to według Schumpetera domena inżynierów i menedżerów, a nie „prawdziwych” przedsiębiorców (Gruszecki, 1994, s. 54).

Nie negując wkładu J. Schumpetera do rozwoju nauk ekonomicznych i, szerzej, nauk społecznych, wielu badaczy uznaje ten element jego teorii za błędny. Na gruncie polskiej literatury pogląd ten reprezentuje S. Kwiatkowski, który uważa, że pominięcie drobnych zmian adaptacyjnych w procesie asymilacji innowacji przez naśladowców, czyni teorię innowacji i przedsiębiorczości „w klasycznym schumpeterowskim wydaniu historyczną i nieprzystającą do rzeczywistości (...)” (Kwiatkowski, 2002, s. 82).

Jaka jest zależność między wykorzystaniem innowacji w procesie rozwoju całej gospodarki a perspektywą przedsiębiorstwa? Jeśli chodzi o wdrożenie nowatorskich produktów, procesów, rozwiązań organizacyjnych czy marketingowych, synergia jest oczywista. Przedsiębiorstwa wdrażają takie

⁴ Efekty rozpryskowe (*spillover*) to szczególny rodzaj efektów zewnętrznych (*externalities*), które w ekonomii oznaczają uboczne skutki działania podmiotów gospodarczych dla społeczeństwa, które nie są uwzględnione w rachunku ekonomicznym tych podmiotów. Generalnie uwaga ekonomistów skupia się na efektach negatywnych, np. skutkach zanieczyszczenia środowiska przez przedsiębiorstwo, które nie ponosi kosztów z tym związanych. Efekty rozpryskowe technologii mają natomiast pozytywny wpływ na gospodarkę.

rozwiązania, budują tym samym silną pozycję na rynku. Skumulowany efekt wysiłków przedsiębiorców powoduje stały dopływ nowych technologii i wzrost roli innowacji w procesie wzrostu gospodarczego w skali makro. W przypadku ścisłej czołówki high-tech możemy nawet mówić o znaczącym wpływie pojedynczych firm na całą gospodarkę. Ocenia się na przykład, że wprowadzenie na rynek przez Apple mobilnego telefonu iPhone wersji 5 mogło się przyczynić do podwyższenia PKB USA w 2012 r. w przeliczeniu 0,25–0,5% (Feroli, 2012).

Natomiast jeśli chodzi o dyfuzję istniejących technologii, synergia między interesem gospodarki jako całości a interesem przedsiębiorstwa jest oczywista jedynie w przypadku firm-imitatorów. Z perspektywy firmy wprowadzającej oryginalne rozwiązania występuje obiektywna sprzeczność. Przede wszystkim, w rachunku ekonomicznym przedsiębiorstw-innowatorów nie są uwzględniane makroekonomiczne efekty rozpryskowe. Oznacza to, że niektóre nowe technologie, o znaczących efektach dla gospodarki, nie są wdrażane do produkcji. Stanowi to koronny dowód niesprawności (zawodności) rynku w sferze zaawansowanych technologii, uzasadniający zaangażowanie państwa w sferze badawczo-rozwojowej (por. podrozdział VII.2).

Istotne znaczenie przyspieszonej dyfuzji nowych technologii w skali całej gospodarki wskazuje na potrzebę wdrażania regulacji, które ułatwiłyby ten proces. Wtedy jednak twórcy oryginalnych rozwiązań nie będą mogli uzyskiwać korzyści ekonomicznych, uzasadniających angażowanie się w procesy innowacyjne. Z kolei dbając o interesy twórców, ograniczamy skalę i szybkość dyfuzji.

Wprowadzenie przepisów dotyczących ochrony własności intelektualnej stanowiło próbę znalezienia kompromisu w tej dziedzinie. Wspomniane regulacje są trwałym ogniwem instytucjonalnym współczesnej gospodarki rynkowej, natomiast dyskusje budzi kwestia określenia przysłowiowego „złotego środka”. Spór dotyczy przede wszystkim kształtu współczesnego prawa patentowego, które według pierwotnych założeń, miało zabezpieczać interesy twórców. Tymczasem w praktyce jest ono często nadużywane w walce konkurencyjnej i w pogoni za nadzwyczajnymi zyskami, bez żadnego związku z działalnością innowacyjną⁵. We współczesnej debacie nie brak głosów, że obok usuwania ewidentnych wynaturzeń należałoby przesunąć punkt ciężkości w prawie patentowym, w kierunku ułatwienia dyfuzji innowacji w skali całej gospodarki.

⁵ Chodzi tu przykładowo o działanie tzw. trolu patentowych – podmiotów uzyskujących patenty (także drogą kupną) po to, by wyłudzić potężne odszkodowania, najczęściej od dużych koncernów, z tytułu domniemanego naruszenia praw.

2. Innowacje – perspektywa przedsiębiorstwa

2.1. Poziom wdrażanych innowacji a sukces w biznesie

Doświadczenia ostatnich kilkudziesięciu lat dostarczyły licznych dowodów na to, że wdrażanie przełomowych innowacji to ważna ścieżka do przedsiębiorczego sukcesu. Dochody właścicieli takich firm jak Apple, Microsoft, Google, Amazon czy Facebook zdecydowanie przewyższają dochody osiągnane w show-biznesie, mediach, w sporcie, a nawet w sektorze finansowym. Twórcy firm high-tech cieszą się olbrzymim uznaniem społecznym. Tak więc kierunek zależności – im wyższy poziom innowacji, tym większa szansa na biznesowy sukces, wydaje się oczywisty.

Badania naukowe dotyczące związków między zaawansowaną innowacyjnością a wynikami ekonomicznymi przedsiębiorstw nie przyniosły jednak jednoznacznych rozstrzygnięć, jeśli chodzi zarówno o kierunek, jak i siłę wspomnianej zależności. Prekursorem był w latach 90. XX w. profesor Uniwersytetu Harvarda A. Bhidé (2000). Przeprowadził on pogłębione wywiady z setką założycieli młodych (nie starszych niż 8 lat) firm, które znalazły się na liście Inc. 500 prestiżowego rankingu tzw. gazel w USA. Była to elitarna grupa, gdyż aby znaleźć się na tej liście, trzeba było rozwijać sprzedaż w czterech kolejnych latach w tempie minimum 55% rocznie.

Obraz przedsiębiorcy ponadprzeciętnego sukcesu, jaki wyłania się z tych badań, jest zaskakujący. Tylko 6% respondentów stwierdziło, że rozpoczęło działalność dysponując unikalnym produktem lub usługą (Bhidé 2000, s. 32). W 58% przypadków na rynku były dostępne substytuty identyczne bądź prawie identyczne, a w 36% substytuty różniły się jedynie funkcjonalnością lub ceną. Tak więc pomysł na super szybki biznes polegał na imitacji lub tylko niewielkiej adaptacji wyrobów bądź usług, już dostępnych na rynku.

Dynamiczni przedsiębiorcy podkreślali generalnie, że jakkolwiek ich towary bądź usługi nie wyróżniały się niczym szczególnym, o sukcesie zdecydowało zindywidualizowane podejście do klienta i wysoka jakość obsługi. Jak obrazowo przedstawił jeden z respondentów: „Ludzie kupowali i sprzedawali te towary od lat. My po prostu robiliśmy to lepiej” (Bhidé, 2000, s. 33). To „lepiej” oznaczało bezpośrednio zaangażowanie właściciela bądź właścicieli w proces sprzedaży. W $\frac{3}{4}$ przypadków właściciel był główną osobą odpowiedzialną za sprzedaż. Istotne okazały się takie predyspozycje przedsiębiorcze jak: ambicja, pasja, konsekwencja w działaniu mimo przeciwności, a także elastyczność i zdolność do nawet zasadniczej zmiany koncepcji działania, w celu dostosowania się do potrzeb klientów.

W kolejnych latach podejmowane były intensywne próby zbadania korelacji między innowacjami a dynamicznym rozwojem firmy. Potwierdziły

one, że wysoka innowacyjność to tylko jeden, lecz nie jedyny czynnik sukcesu w biznesie. Taki wniosek sformułowano między innymi w dokumencie OECD na podstawie przeglądu wieloletnich badań nad firmami dynamicznymi, gdzie końcowa konkluzja brzmi: „Dynamika wzrostu jest skorelowana z innowacyjnością, jednakże kierunek tej zależności nie jest jasny” (OECD 2013b, s. 27).

Podobna konkluzja wynika z metaprzejrzenia wyników 42 badań empirycznych przeprowadzonych w kilkudziesięciu krajach w latach 1990–2007, obejmujących łącznie ponad 2 tysiące firm, przeprowadzonego przez Rosenbuscha i in. (2010). Stwierdzili oni, że generalnie innowacje mają pozytywny wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw. Zależność ta jest jednak uwarunkowana innymi czynnikami, takimi jak wiek firmy, typ innowacji, a także kultura organizacyjna przedsiębiorstwa. Wspomnianej zależności poświęcone zostało także specjalne seminarium światowej czołówki badaczy innowacyjnej przedsiębiorczości, które odbyło się w czerwcu 2012 r. w Hiszpanii. Tu wnioski były podobne jak przytaczane wyżej (Audretsch i in., 2014).

2.2. Znaczenie poziomu innowacyjności branż

Aż do lat 70. ubiegłego wieku innowacyjność kojarzyła się głównie z działalnością przemysłową, podczas gdy rolnictwo i usługi traktowane były jako sektory tradycyjne. Rewolucja w dziedzinie technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT), ze znaczącym komponentem oprogramowania, spowodowała konieczność zasadniczych przewartościowań i uznania usług, jako równorzędnej dziedziny wdrażania innowacji.

Jednocześnie, zarówno w przemyśle, jak i w usługach, zaistniała potrzeba zidentyfikowania gałęzi i branż o relatywnie wysokim poziomie innowacyjności. W systemie statystycznym OECD-Eurostat podstawą wyodrębnienia takich gałęzi i branż jest stosunek nakładów na badania i rozwój (B+R) do przychodów ze sprzedaży (produkcji sprzedanej) lub wartości dodanej. Na podstawie tego współczynnika gałęzie przemysłu przetwórczego podzielono na cztery kategorie: wysokiej techniki, średnio-wysokiej, średnio-niskiej i niskiej techniki. Z kolei w sektorze usług, wyodrębniono tzw. usługi high-tech (GUS, 2013b, s. 209–210).

Przedstawiona wyżej metoda wyodrębniania innowacyjnych branż w przemyśle i w usługach nie jest wolna od wad. W przypadku firm o zdywersyfikowanym profilu działalności przypisanie do branży nie zawsze jest prawidłowe, ponieważ ustalane jest na podstawie przeważającej działalności w momencie rejestracji, która później nie jest aktualizowana. Ponadto tylko część palety produktów wytwarzanych w branżach innowacyjnych reprezentuje wysoką technikę, inne można zaliczyć do grupy tradycyjnych.

W przemyśle częściowe rozwiązanie tego problemu stanowi, stosowana równoległe do ujęcia branżowego, klasyfikacja innowacyjności wyrobów (GUS 2013b, s. 211–212).

Największe wątpliwości budzi jednak przyjęte milcząco założenie, że firmy działające w branżach innowacyjnych reprezentują wysoki poziom innowacyjności. Jest ono wysoce nieuprawnione, na co wskazują wstępne wyniki badań empirycznych na terenie Warszawy. Wśród warszawskich firm, formalnie zakwalifikowanych w systemie statystycznym do przemysłu wysokiej techniki faktycznie i usług high-tech, mniej niż jedna czwarta faktycznie taką działalność prowadziła, wykorzystując znane technologie i rozwiązania organizacyjne. Tylko w pojedynczych przypadkach można było mówić o nowości w skali światowej, jak również o własnej działalności B+R⁶.

To, że przynależność do tzw. innowacyjnych branż nie decyduje o faktycznej innowacyjności konkretnych firm rodzi daleko idące implikacje. W sferze polityki proinnowacyjnej poddaje w wątpliwość celowość wspierania firm tylko dlatego, że podejmują bądź prowadzą działalność w tego typu branżach.

Wspieranie nowoczesnych gałęzi przemysłu i usług, a w tym szczególnie w sektorze ICT, stało się kanonem współczesnej polityki przemysłowej (sektorowej) w krajach rozwiniętych, ale także tzw. doganiających (*catching up*). Ta swoista fascynacja często prowadzi do lekceważenia potencjału rozwojowego w branżach uznawanych za tradycyjne. Tymczasem wykorzystanie zaawansowanych technologicznie maszyn, aparatury i rozwiązań organizacyjnych, tylko w określonych fazach produkcji w gałęziach tradycyjnych, może przynieść zasadniczą poprawę efektywności. Chodzi o takie gałęzie jak rolnictwo, przemysł spożywczy czy rybołówstwo. Przypadek rybołówstwa jest tu szczególnie, gdyż w ostatnich latach ta branża została wręcz „naszpikowana” nowoczesnymi technologiami (GPS, technologie sonarowe dla rozpoznawania ławic, technologie optycznego sortowania ryb, laserowe noże do zdejmowania skóry itp.).

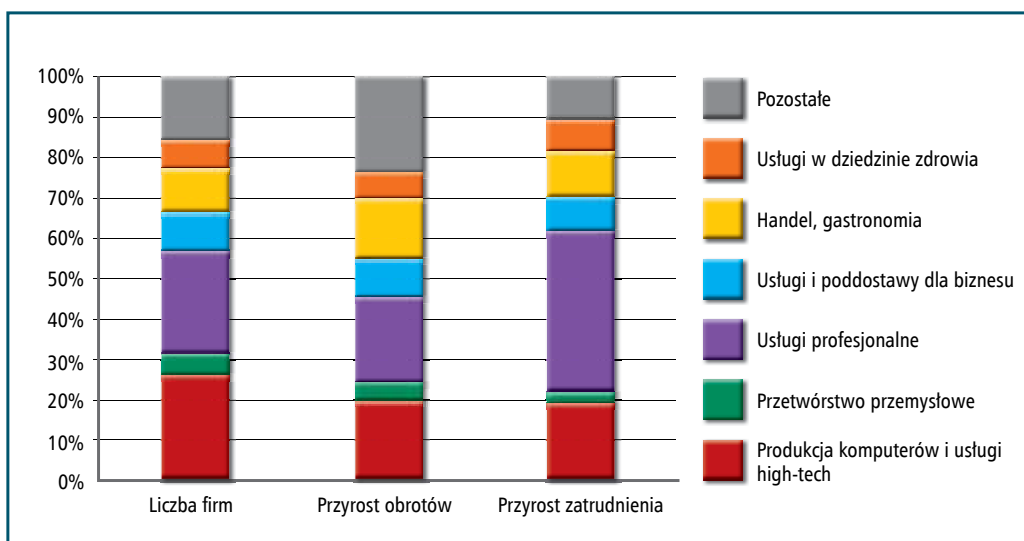
Z perspektywy mikroekonomicznej powstaje natomiast istotna wątpliwość, czy firmy nastawione na biznesowy sukces powinny się koncentrować w tzw. branżach innowacyjnych. Cytowane wcześniej badania A. Bhide (2000) wskazywały, że nawet biorąc pod uwagę ścisłą czołówkę najszybciej rozwijających się firm w rankingu Inc. 500, dynamiczni przedsiębiorcy reprezentowali różne branże, niekoniecznie te uznawane za wysoce innowacyjne.

Postanowiliśmy zweryfikować powyższe ustalenia na podstawie aktualnych danych rankingu Inc., który w rozszerzonej postaci obejmuje 5000

⁶ Są to wstępne wyniki badań ilościowych realizowanych w ramach projektu Polskie Młode Zaawansowane Technologicznie Firmy (PMZTF) na terenie Warszawy.

najszybciej rozwijających się firm amerykańskich. Przeanalizowaliśmy strukturę branżową amerykańskich „gazel” uczestniczących w rankingu Inc. 5000 w 2013 roku. Wszystkie one realizowały w latach 2009–2012 średnioroczną dynamikę sprzedaży przekraczającą 10%, a 77% z nich rozwijało sprzedaż w tempie ponad 20% rocznie.

Strukturę branżową badanych firm ilustruje rysunek V.2. Okazuje się, że firmy funkcjonujące w przemysłach wysokiej techniki (produkcja sprzętu komputerowego i usługach high-tech (usługi informatyczne, tworzenie oprogramowania, telekomunikacja, media) łącznie stanowią tylko około 1/4 firm dynamicznych, natomiast ich udział w sprzedaży, a zwłaszcza przyroście zatrudnienia, jest zdecydowanie niższy. Tak więc można być z powodzeniem gazelą biznesu, funkcjonując poza sektorem high-tech. Co istotne, z makroekonomicznej perspektywy, udział branż high-tech w przyroście zatrudnienia jest jeszcze niższy (poniżej 20%). Przewodzącą rolę w przyroście zatrudnienia odgrywają firmy świadczące usługi profesjonalne. Powyższe prawidłowości zostały potwierdzone w najnowszych badaniach przeprowadzonych w Szwecji (Dauenfeldt i in., 2014).



Rysunek V.2. Struktura branżowa 5000 firm dynamicznych (gazel) uczestniczących w rankingu Inc. 2013 (% liczby firm oraz przyrostu obrotów i zatrudnienia w latach 2009–2012)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bazy Inc. 5000 2013, <http://www.inc.com/inc5000/list/2013>, dostęp 31.07.2014.

Z dotychczasowych rozważań ujawnia się dychotomiczna struktura dynamicznego segmentu przedsiębiorczości. Z jednej strony mamy firmy bazujące na zaawansowanych technologiach, z reguły działające w nowoczesnych gałęziach gospodarki, z drugiej zaś rozproszone w różnych sektorach

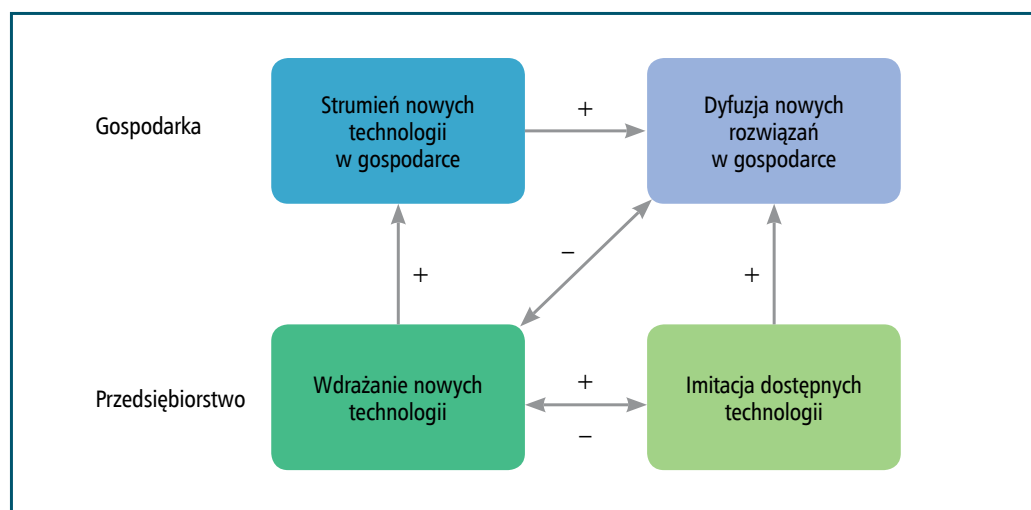
podmioty, które bazują na adaptacji i rozwijaniu już istniejących rozwiązań. By odnieść nawet bardzo spektakularny sukces w biznesie, nie trzeba inwestować w rozwój zaawansowanych technologii. Można stawiać na „twórczą imitację”, działając w branżach uznawanych za tradycyjne. Strategię imitacyjnego rozwoju firmy omówimy szerzej w dalszej części rozdziału.

2.3. Makroekonomiczny i mikroekonomiczny wymiar wdrażania innowacji – synteza

W świetle przeprowadzonej analizy rysuje się dość złożony obraz zależności między mikro- a makroekonomicznym wymiarem wdrażania innowacji (rysunek V.3).

Wcześniej zwracaliśmy uwagę na pozytywne skutki przyspieszonej dyfuzji dla całej gospodarki, a jednocześnie na sprzeczność takiej dyfuzji z interesami firm wdrażających nowe technologie. Na szczególne podkreślenie zasługuje pozytywna korelacja między strategią imitacyjną przedsiębiorstw a dyfuzją nowych technologii w gospodarce. Proces dyfuzji musi bowiem mieć swój organizacyjny wymiar. Potrzebne są firmy, które ten proces szybko i sprawnie przeprowadzą.

Bardziej złożone są relacje między przełomowymi innowatorami a imitatorami. Strumień nowych technologii znakomicie rozszerza pole dla imitacji. Niezależnie od ograniczeń, z tytułu ochrony patentowej, proces dyfuzji jest nieuchronny. To oczywiście jest sprzeczne z interesami innowatorów, którzy chcą przedłużyć okres korzystania z przewagi pierwszego wdrożenia (*first mover advantage*). Ale występuje także synergia. W wielu branżach



Rysunek V.3. Wdrażanie innowacji – perspektywa makro- i mikroekonomiczna

Źródło: opracowanie własne.

nieuchronność imitacji prowadzi do rezygnacji z ochrony patentowej, na rzecz szybkiego wprowadzenia na rynek kolejnych udoskonaleń wynalazku.

Podsumowując: nowoczesna, innowacyjna gospodarka potrzebuje jako „koni pociągowych” dwóch rodzajów przedsiębiorców – tych wdrażających nowe technologie i tych, którzy przejmują już istniejące rozwiązania, by po niezbędnej adaptacji zastosować je w biznesie. Takie podejście znajduje odzwierciedlenie w obowiązującej w systemie OECD-Eurostat metodologii statystycznego pomiaru innowacyjności przedsiębiorstw. Dla uznania firmy za innowacyjną nie jest konieczna nowość w skali światowej (*Podręcznik Oslo*, 2008). Wystarczy, że wdroży ona innowację jako pierwsza na konkretnym rynku w ujęciu geograficznym (typowo kraju) bądź branżowym (linia produktów). Największe złagodzenie wymagań dotyczących poziomów innowacyjności dotyczy jednak sytuacji, w której określone rozwiązanie jest znane wśród konkurentów, ale wcześniej nie było wdrożone w konkretnej firmie. Dla wszystkich kojarzących innowacje z „górną półką” może to być spore zaskoczenie i przyczyną nieporozumień, prowadzących do zniekształcenia danych statystycznych⁷.

Powyższa konstatacja ma istotne znaczenie dla polityki innowacyjnej państwa w odniesieniu do sektora przedsiębiorstw. Pokazuje bowiem, że alternatywa: wsparcie dla nowatorskich wdrożeń czy stymulowanie dyfuzji istniejących technologii jest fałszywa, gdyż w praktyce mamy do czynienia z synergią obu procesów. W.A. Baumol (2010, s. 105–106) zwraca uwagę na negatywne skutki myślenia w duchu „to zaledwie imitacja”. Stereotyp, że imitacja to coś gorszego, a nawet wstydliwego, w porównaniu do oryginalnego rozwiązania, występuje także w Polsce. Przyjęcie takiej perspektywy w polityce innowacji może ograniczyć skalę tak ważnych dla gospodarki efektów rozpryskowych. Tego typu dylematy polityki proinnowacyjnej mają szczególnie wymiar w kontekście krajów doganiających, do których należy Polska. Wrócimy do nich w dalszej części rozdziału.

3. Przejawy innowacyjnej przedsiębiorczości

We współczesnej gospodarce obserwujemy daleko idące zróżnicowanie, jeśli chodzi o skalę, kierunki i formy zaangażowania przedsiębiorstw w działalność innowacyjną. W niniejszym podrozdziale przedstawimy cztery

⁷ Tak będzie wtedy, gdy jedni przedsiębiorcy nie traktują jako innowacyjnych rozwiązań nowych tylko dla danej firmy, a inni uwzględniają je w sprawozdaniach statystycznych jako przejaw aktywności innowacyjnej.

charakterystyczne kategorie innowacyjnych podmiotów. Chodzi o niezależne młode przedsiębiorstwa high-tech, wdrażające oryginalne rozwiązania, a także o ich specyficzną odmianę, czyli akademickie firmy odpryskowe. Mniej znane są dwie inne grupy, które wykorzystują dostępne rozwiązania: tzw. łowcy rozprysków technologicznych oraz „proaktywni imitatorzy”.

3.1. Młode firmy high-tech wdrażające oryginalne rozwiązania

Jak wykazywaliśmy w podrozdziale II.3, młode firmy high-tech wdrażające oryginalne, przełomowe rozwiązania to najbardziej charakterystyczny przejaw renesansu przedsiębiorczości na przełomie XIX i XX wieku. Obecnie skupimy się na źródłach przewagi konkurencyjnej tego typu firm. Co powoduje, że technologicznym start-upom udaje się prześcignąć wielkie korporacje we wdrożeniu radykalnych innowacji? W. Baumol (2004) uzasadnia to ukształtowaniem się naturalnego „technologicznego podziału pracy” między wielkimi koncernami a młodymi firmami high-tech. Te pierwsze mają naturalną przewagę we wdrażaniu tzw. innowacji przyrostowych, czyli ciągłego usprawniania istniejących rozwiązań. Machina badawczo-rozwojowa wielkich koncernów doskonale radzi sobie z wprowadzeniem stopniowych udoskonalenia produktów i procesów. Gorzej radzi sobie z przełomowymi technologiami, ze względu na naturalną inercję dużych organizacji.

Na etapie opracowania nowej technologii pewnym sposobem na pokonanie wspomnianej słabości jest przedsiębiorczość korporacyjna, czyli tworzenie w obrębie korporacji quasi-przedsiębiorczych warunków dla zespołów badawczo-rozwojowych (por. podrozdział II.3). To jednak nie daje gwarancji, że nowy produkt zostanie wdrożony do wielkoseryjnej produkcji. Bardzo często pojawia się opór wynikający z myślenia w kategoriach finansowo-księgowych. Dlaczego ograniczać istniejącą rentowną produkcję jednych wyrobów, by rozwijać produkcję nowych wyrobów, w przypadku których przewidywania dotyczące wielkości popytu i spodziewanych zysków są niepewne? Dlaczego spisywać na straty część niezamortyzowanych nakładów inwestycyjnych na istniejące linie produkcyjne? W procesie podejmowania decyzji w dużych koncernach tego typu pytania są bardzo istotne i mogą doprowadzić do odłożenia na półkę potencjalnie bardzo obiecujących wynalazków. Jest to wielce prawdopodobne zwłaszcza wtedy, gdy wdrożenie powstałych w laboratoriach przełomowych rozwiązań wymagałoby znacznej zmiany profilu produkcyjnego.

Tego typu barier i ograniczeń nie mają małe i bardzo często młode technologiczne firmy, i jeśli tylko uda im się zorganizować środki finansowe, kadry i niezbędne zaplecze techniczne do uruchomienia produkcji, to są w stanie wprowadzić na rynek nowatorskie wyroby i usługi. Jest to

szczególnie widoczne w dziedzinie technologii informacyjnych i komunikacyjnych, zwłaszcza technologii internetowych. Przewaga sektora ICT wiąże się z faktem, że próg wymaganego zaangażowania kapitałowego jest tu stosunkowo niski.

Teza o naturalnym technologicznym podziale pracy między wielkimi koncernami a małymi firmami technologicznymi cieszy się dużą popularnością wśród badaczy i polityków, a dla jej potwierdzenia przytaczane są imponujące przykłady radykalnych wynalazków wdrożonych przez firmy high-tech. Gdy jednak przyjrzymy się liście takich wdrożeń w okresie kilkudziesięciu lat, okazuje się, że pozycja małych firm i dużych koncernów jest względnie zrównoważona (Audretsch i Aldrich, 2008). Podsumowując, można zatem stwierdzić, że jakkolwiek wielkie koncerny utraciły wcześniejszy monopol na wdrażanie przełomowych wynalazków, to jednak nie potwierdziła się teza o naturalnej przewadze młodych firm high-tech w tego typu wdrożeniach.

Działalność firm „garażowych”, kojarzy się z bardzo wysoką dynamiką rozwoju i spektakularnymi sukcesami finansowymi ich założycieli. Jeśli jednak spojrzymy na całą ich populację, widzimy że pozytywna korelacja między innowacyjnością a tempem wzrostu firmy nie jest wcale taka oczywista. Mamy tu bowiem do czynienia z klasyczną pułapką postrzegania zjawisk przez pryzmat sukcesów z pominięciem porażek (ang. *survivorship bias*). Nie uwzględniamy bowiem w analizie firm high-tech, które pozostały na niskim poziomie albo wręcz znikły z rynku. Tych ostatnich jest znacznie więcej niż takich, które osiągnęły sukces (Mustar i in., 2006).

Co jest przyczyną porażek bądź długiego oczekiwania na sukces firm high-tech? Warto zaznaczyć, że w przypadku tego typu firm istnieje potrzeba formalnego rozpoczęcia działalności, najlepiej w formie spółki kapitałowej, już na bardzo wczesnym etapie. Dopiero wtedy bowiem można myśleć o pozyskaniu finansowania przez fundusze wysokiego ryzyka (ang. *venture capital*) oraz o nawiązaniu biznesowych kontaktów z potencjalnymi klientami⁸. Później firma najczęściej pozostaje „w blokach startowych”, starając się pozyskać finansowanie kolejnych faz wdrożenia. Jednakże projekt biznesowy oparty na obiecującej technologii może nie spełniać wyśrubowanych kryteriów jeśli chodzi o stopę zwrotu z inwestycji, oczekiwaną przez fundusze wysokiego ryzyka.

Założycielom firm high-tech nie udaje się często przekonać potencjalnych klientów do swoich produktów i pokonać tzw. rozpadliny popytowej. Przypomnijmy (por. podrozdział II.3), że jest to sytuacja, gdy zainteresowanie produktem wyrażają nieliczni konsumenci o innowacyjnym

⁸ W przypadku firm high-tech spoza Stanów Zjednoczonych często niezbędne jest założenie filii lub oddziału na tym rynku, najlepiej w Dolinie Krzemowej.

nastawieniu, natomiast nie udaje się przyciągnąć masowego odbiorcy (Moore, 1999). W trudnym okresie rozruchu przedsiębiorcy technologiczni tracą początkowy impet, pojawia się zniechęcenie, a także spory w gronie założycieli.

Paradoksalnie często mamy do czynienia z sytuacją, w której założyciele firm high-tech nie są zainteresowani rozwijaniem biznesu. Chodzi mianowicie o technologiczne start-upy, już w fazie koncepcyjnej przeznaczone do szybkiej sprzedaży (ang. *born to flip*) (Blank Dorf, 2012, SXVIII). Inicjatorzy takich firm dążą do szybkiego wstępnego potwierdzenia wykonalności technicznej oraz całego modelu biznesowego. Nie mają jednak zamiaru wdrażać wynalazku i dążą do szybkiej jego sprzedaży dużej firmie za cenę przewyższającą kilkakrotnie, a nawet kilkudziesięciokrotnie poniesione nakłady.

Realizacja szybkiej sprzedaży nie zawsze jednak prowadzi do uruchomienia produkcji czy świadczenia usług. Niekiedy atrakcyjna i już wstępnie przetestowana technologia nie jest wdrażana do produkcji, by nie zakłócać sprzedaży produktów znajdujących się w dotychczasowej ofercie firmy-nabywcy. Ta ostatnia sytuacja ma miejsce wtedy, gdy założyciele firmy high-tech przeznaczonej do szybkiej sprzedaży opracowali technologię mogącej zagrozić pozycji konkretnego koncernu na rynku, dbając rzecz jasna, o zapewnienie ochrony patentowej wynalazku. Taka strategia „nadeptnięcia słoniowi na odcisk” prowadzi nierzadko do obronnej reakcji „słonia” i uzyskania w efekcie satysfakcjonującej gratyfikacji z tytułu przejęcia praw do wynalazku. Aktualnie brak szczegółowych danych na temat skali wspomnianego zjawiska „sprzedaży na pniu”, ale z pewnością jest ono już istotne.

3.2. Specyfika akademickich firm odpryskowych

W podrozdziale II.4. wskazywaliśmy, że firmy odpryskowe (*spin-off*) stanowią kwintesencję i najbardziej zaawansowany przejaw innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej⁹. Czym wyróżniają się na tle innych firm high-tech?

W pierwszej kolejności trzeba wskazać na specyficzne kwestie, jakie wynikają z „wypączkowania” z macierzystej uczelni firmy high-tech, utworzonej przez pracowników naukowych. W większości krajów, niezależnie od praw autorskich badaczy zaangażowanych w pracę nad wynalazkiem, prawa majątkowe pozostają przy uczelni. Powoduje to wiele problemów

⁹ W literaturze rozróżnia się akademickie firmy typu *spin-off*, które zachowują więzi kapitałowe i organizacyjne z macierzystą uczelnią oraz *spin-out*, w przypadku których tego typu powiązania nie występują.

związanych z podziałem korzyści, zasadami korzystania przez nową firmę z uczelnianych laboratoriów itp.

Angażowanie się naukowców w działalność biznesową stwarza też szczególne wyzwania wynikające z trudności w pogodzeniu roli badacza i przedsiębiorcy. Jak pokazuje zestawienie przedstawione w tabeli V.1, potencjalny konflikt ról dotyczy zarówno obowiązujących norm, specyfiki procesu działalności naukowej i prowadzenia biznesu, jak i oczekiwanych rezultatów. W tym ostatnim przypadku najbardziej wyrazistym przykładem sprzeczności jest dążenie naukowców do jak najszybszego publikowania wyników badań w recenzowanych czasopismach o zasięgu międzynarodowym. Chodzi tu o wykazanie się rezultatami wobec władz uczelni, a także zdobycie uznania środowiska naukowego. Tymczasem publikacja nawet niewielkiej części wyników badań może przekreślić zdolność patentową wynalazku, a to z kolei przekłada się na sukces komercyjny bądź jego brak.

Tabela V.1. Naukowiec a przedsiębiorca: porównanie ról

	Naukowcy	Przedsiębiorcy
Normy	Uniwersalizm Wspólnotowość Brak zaangażowania Sceptycyzm	Unikalność Własność prywatna Pasja Optymizm
Procesy	Eksperymentowanie Podejście długofalowe Indywidualizm (praca w małych grupach)	Koncentracja Podejście krótkookresowe Zarządzanie zespołami
Rezultaty	Publikacje Uznanie środowiskowe/status naukowy	Produkty Zyski

Źródło: Jain i in. (2009, s. 924).

Obiektywna sprzeczność między pasją badacza i pasją przedsiębiorcy nie pozostaje bez wpływu na efekty działania akademickich firm odpryskowych. Przedstawiciele funduszy wysokiego ryzyka (*venture capital*), współpracujący z uczelniami, przytaczają liczne przykłady profesorów, którzy wycofali się z udziału w głównej fazie wdrożenia opracowanej przez siebie nowatorskiej technologii, uznając, że ich prawdziwą pasją są badania i praca ze studentami.

Akademickie firmy odpryskowe przez ostatnie kilkadziesiąt lat pozostają w centrum zainteresowania badaczy procesów innowacyjnych oraz polityków. Tworzenie tego typu firm traktowane jest jako przejaw ewolucji współczesnego uniwersytetu w kierunku ściślejszej współpracy z przemysłem i skutecznego wdrażania wyników badań naukowych do praktyki

gospodarczej. W wielu krajach, w tym także w Polsce, wprowadzane są regulacje dotyczące tworzenia i funkcjonowania akademickich firm odpryskowych, warunków korzystania z infrastruktury uczelnianej (laboratoriów) oraz przyspieszenia procesów decyzyjnych. Chodzi zwłaszcza o szybkie przekazanie praw do wynalazku twórcy, jeśli uczelnia sama nie jest zainteresowana komercjalizacją. W wyniku zaangażowania znaczących środków publicznych stworzona została baza materialno-techniczna dla rozwoju tego typu inicjatyw, w postaci inkubatorów i parków technologicznych.

Oceny potencjału i makroekonomicznych efektów akademickich firm odpryskowych zostały w dużym stopniu ukształtowane na podstawie badań przeprowadzonych przez S. Shane'a, dotyczących akademickich *spin-off*, które „wypączkowały” z Massachusetts Institute of Technology (MIT) (Shane, 2004). Ich skala w ujęciu ilościowym i wartościowym była rzeczywiście imponująca. Podobne wyniki przyniosły badania dotyczące komercjalizacji technologii, opracowanych w innych czołowych uczelniach amerykańskich, takich jak Uniwersytet Stanforda.

Jednak, jak pokazują najnowsze badania, jeśli wyjdziemy poza ścisłą światową czołówkę uniwersytetów, liczba akademickich firm odpryskowych jest niewielka. Według dorocznego przeglądu aktywności w zakresie transferu technologii czołowych ośrodków akademickich, w Europie w 2011 r. powstawało 549 akademickich firm odpryskowych – średnio 1,9 na uczelnię objętą badaniem. W USA liczba ta była nieco wyższa (671) – średnio 3,5 na jedną uczelnię (Piccaluga i in., 2012).

Interesujące są również porównania aktywności przedsiębiorczej kadry naukowej i świeżo upieczonych absolwentów wyższych uczelni, zwłaszcza kierunków technicznych i nauk ścisłych. Badania empiryczne przeprowadzone przez Astebro i in. (2012) wykazały, że liczba firm zakładanych przez absolwentów była ponad 20-krotnie wyższa niż klasycznych akademickich firm odpryskowych. Pracownicy naukowci osiągnęli ponaddwukrotnie wyższe dochody z biznesu niż świeżo upieczeni absolwenci, co jest uzasadnione różnicą wieku i doświadczenia. Jednocześnie ponadprzeciętne efekty finansowe osiągnęli ci absolwenci, którzy opierali działalność biznesową na specjalistycznej wiedzy i doświadczeniu zdobytym w trakcie studiów.

Obecnie, gdy dysponujemy pełniejszymi danymi na temat akademickich firm odpryskowych, widać wyraźnie, że oczekiwania co do roli tej grupy firm w procesie wdrażania innowacji są przesadne. Stąd rekomendacja, by większą uwagę zwrócić na pozostałe formy przedsiębiorczości akademickiej – rozwijać powiązania kooperacyjne uczelni z biznesem oraz lepiej przygotowywać absolwentów (zwłaszcza kierunków ścisłych) do podejmowania działalności biznesowej, opartej na wiedzy zdobytej w trakcie studiów.

3.3. „Łowcy rozprysków”

Trudności, jakie napotykali makroekonomiści w interpretacji zjawisk dotyczących wdrażania procesów innowacyjnych, w ramach globalnej gospodarki opartej na wiedzy, stały się wyzwaniem dla badaczy przedsiębiorczości. Podjęli oni próbę połączenia makro- i mikroekonomicznego wymiaru innowacji, w ramach tzw. rozpryskowej teorii innowacyjnej przedsiębiorczości (Acs i Sanders, 2013).

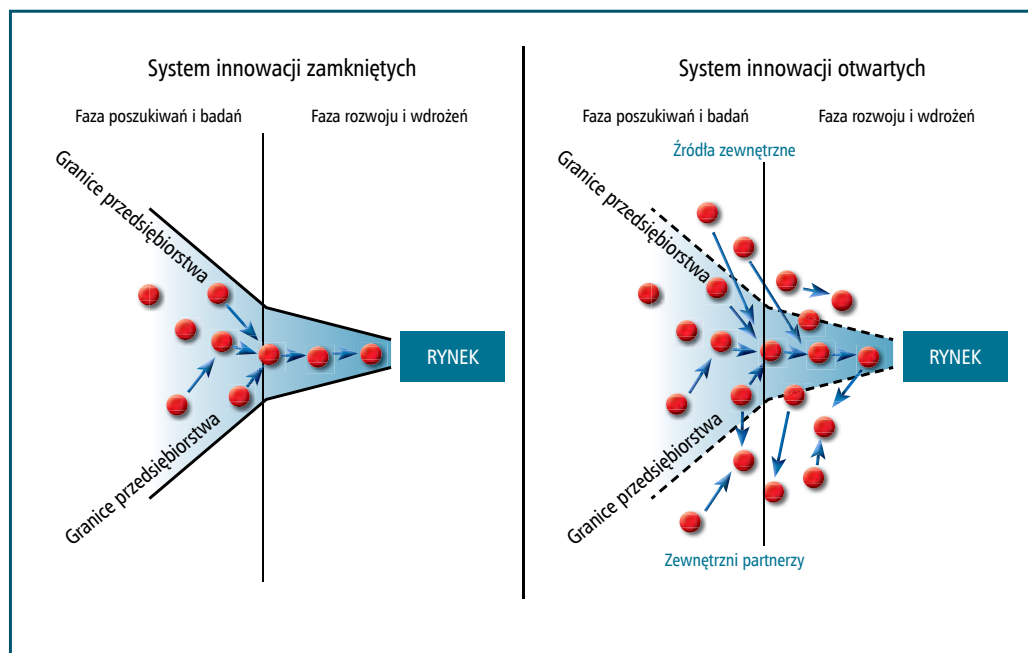
Punktem wyjścia w tym nurcie poszukiwań badawczych była próba wyjaśnienia, dlaczego młode, początkujące firmy o marginalnych nakładach na B+R, wdrażają przełomowe innowacje. Jednym z możliwych wyjaśnień było to, że młodzi założyciele takich firm wykorzystują „wolne”, niezagospodarowane wynalazki, dostrzegając potencjał komercyjny, niezauważony bądź zlekceważony przez innych. Nazywamy ich „łowcami rozprysków”.

Dobłą ilustracją może tu być historia wdrożenia przełomowych rozwiązań w sferze informatyki, w początkowej fazie rozwoju współczesnych „ikon technologicznych” – Apple i Microsoft. W latach 70. XX w. w Palo Alto w Kalifornii funkcjonowało centrum badawcze koncernu Xerox. Ośrodek ten, zlokalizowany z dala od głównej siedziby macierzystej firmy, miał dużą swobodę prowadzenia prac badawczych. Ich efektem była seria obiecujących wynalazków (zminiaturyzowany komputer osobisty, faks, drukarka laserowa, interfejs graficzny).

Z różnych względów kierownictwo Xeroxa nie miało przekonania odnośnie potencjału komercyjnego tych wynalazków i nie planowało ich wdrożenia. Potencjał ten dostrzegł natomiast twórca Apple Steve Jobs, wykazując się niebywałym instynktem i właśnie „przedsiębiorczą spostrzegawczością”. Namówił zarząd Xeroxa do udostępnienia wybranych technologii w zamian za opcję zakupu akcji Apple po ustalonej cenie. W następnych latach technologię, oryginalnie pochodzącą z firmy Xerox, twórczo zaadaptował założyciel Microsoft Bill Gates.

Ten przypadek doskonale ilustruje współczesne trendy w komercjalizacji i dyfuzji innowacji. Po pierwsze możemy tu mówić o początkach rynku „otwartych innowacji” (*open innovation*) (Chesbrough, 2003). Spróbujmy pokrótce wyjaśnić istotę tego zjawiska.

W klasycznym modelu budowania przewagi konkurencyjnej zaawansowane technologicznie korporacje prowadziły badania, a opracowane wynalazki wdrażały we własnym zakresie. Był to system innowacji „zamkniętych”. Firma komercjalizowała nowatorskie technologie, chroniąc je przed potencjalną konkurencją (zgłoszenia patentowe), zarówno na etapie przygotowawczym, jak i w fazie wdrożenia i dalszego rozwoju. Współcześnie przodujące w innowacjach globalne firmy w dalszym ciągu traktują



Rysunek V.4. System innowacji zamkniętych i otwartych

Źródło: adaptacja własna diagramu według Chesbrough (2003).

nowatorskie rozwiązania jako podstawowe źródło przewagi konkurencyjnej, działają jednak w sposób bardziej elastyczny i otwarty (rysunek V.4). Już na etapie wstępnych poszukiwań nie koncentrują się wyłącznie na własnych badaniach, ale penetrują rynek w poszukiwaniu dostępnych pomysłów. Gotowe są też udostępniać za opłatą „półprodukty” swojej działalności badawczej.

Strategia „otwartych innowacji” prowadzi niekiedy do zaskakujących aliansów z czołowymi konkurentami. Zażarta walka konkurencyjna w jednych dziedzinach nie wyklucza współpracy w innych. Ciekawym zjawiskiem w ostatnich latach jest podejmowanie zaawansowanej współpracy technologicznej przez duże koncerny z początkującymi firmami high-tech, dysponującymi atrakcyjnymi rozwiązaniami, najczęściej w bardzo wąskich, ale istotnych dla wdrożenia nowego produktu dziedzinach. Powyższe tendencje na światowym rynku technologii powodują, że rośnie pula „wolnych” wynalazków, o wysokim potencjale komercjalizacji. Choć dostęp do nich jest odpłatny (aczkolwiek zdarzają się też przypadki nieodpłatnego przekazania), dla „łowcy odprysków” koszt jest nieporównanie niższy w relacji do porównywalnych efektów własnych prac badawczo-rozwojowych. Tak było zresztą w omawianym przypadku współpracy technologicznej firm Apple i Xerox. Xerox, sam niezainteresowany wdrożeniem własnych wynalazków, zdecydował się na udostępnienie ich firmie Apple za, jak się później okazało, symboliczną cenę.

Przejawy innowacyjnej działalności polegającej na zagospodarowaniu „rozpryskowych” wynalazków są bardzo zróżnicowane i nie poddają się łatwo systematyzacji. Wątpliwości dotyczą zwłaszcza tego, na ile możemy odróżnić nowość w skali światowej od bardzo zaawansowanej, ale jednak imitacji. Bardzo obiecującym kierunkiem rozwoju technologicznego jest wykorzystanie rozwiązań wdrożonych w jednych gałęziach gospodarki w całkowicie odległych dziedzinach. Na przykład amortyzatory wstrząsów w obuwiu sportowym Nike bazują na rozwiązaniach zastosowanych w samochodach uczestniczących w wyścigach Formuły 1 (Enkel i Gassmann, 2010).

Szczególny kłopot sprawia – zarówno badaczom, jak i regulatorom sfery własności intelektualnej – metoda „odwróconego wdrożenia” (ang. *reverse engineering*) (Samuelson i Scotchmer, 2002). Stosowana jest głównie w branży farmaceutycznej i polega na analizie procesu produkcyjnego wybranych leków (substancji czynnych), a następnie opracowania innego sposobu wyprodukowania tej samej substancji, który pozwala ominąć bariery ochrony patentowej. Atrakcyjność „odwróconego wdrożenia” polega na tym, że potencjał sprzedażowy danego produktu został już potwierdzony na rynku, znany jest też sam proces wytwarzania, który trzeba jedynie zmodyfikować, by uniknąć zarzutu o nielegalnym zawłaszczeniu chronionej technologii. Nierzadko takie „odwrócone wdrożenia” również podlegają ochronie patentowej.

Zagospodarowanie wolnych wynalazków przez „łowców rozprysków” może mieć powtarzalny charakter i obejmować kilku naśladowców. Tak było w przypadku zastosowania przez Microsoft w systemie Windows w początku lat 80. XX w. wynalazonej w Xerox i rozwiniętej przez Apple technologii interfejsu graficznego. Przykład ten dobrze ilustruje dylematy biznesowe, prawne i etyczne, związane z absorpcją rozpryskowych wynalazków. Twórca Microsoft Bill Gates na zarzuty Steve’a Jobsa o kradzież wspomnianej technologii, skonstratował z dużym poczuciem humoru: „Cóż, Steve, moim zdaniem można na to spojrzeć inaczej. To raczej tak, jakbyśmy obaj mieli bogatego sąsiada nazwiskiem Xerox, ja włamałem się do niego, by ukraść mu telewizor i odkryłem, że ty buchnąłeś mu go pierwszy” (Isaacson, 2011, s. 230).

Rozpryskowa przedsiębiorczość technologiczna to niejako trzecia droga do wdrażania nowatorskich, choć niekoniecznie przełomowych, innowacji, obok opracowania własnych rozwiązań i imitacji cudzych. Na obecnym etapie nie dysponujemy danymi, które pozwalają oszacować skalę tego zjawiska. Z perspektywy makroekonomicznej jest ono bardzo pożądane, prowadzi bowiem do zagospodarowania puli wolnych wynalazków. Niewątpliwie upowszechnienie strategii otwartych innowacji wśród czołowych globalnych koncernów sprzyja rozwojowi rozpryskowej przedsiębiorczości technologicznej.

Działania w sferze polityki gospodarczej, wspierające ten proces, polegają w pierwszej kolejności na ułatwieniu dostępu do informacji o dostępnych rozwiązaniach (dostęp do publikacji, patentowych baz danych itp.). Chodzi także o doskonalenie umiejętności kadr zatrudnionych w innowacyjnych firmach, w zakresie przeszukiwania globalnego rynku technologii. Wiąże się to z kreatywnością i „technologiczną spostrzegawczością” w procesie identyfikowania niezagospodarowanych przez innych wartościowych wynalazków.

3.4. Proaktywni imitatorzy

We wcześniejszych rozważaniach przytaczaliśmy wyniki badań wskazujące, że nie ma jednoznacznego związku między poziomem nowości wdrażanych przez przedsiębiorstwa innowacji a uzyskiwanymi przez nie wynikami ekonomicznymi. Można osiągnąć znaczące sukcesy w biznesie, opierając się na sprawdzonych wcześniej technologiach i systemach organizacyjnych. Skoro tak, to zainteresowanie przedsiębiorców imitacyjną ścieżką rozwoju jest naturalne i oczywiste, także dlatego, że alternatywa, polegająca na wdrożeniu własnych nowatorskich technologii jest obciążona dużym ryzykiem. Szczególną grupę innowacyjnych firm stanowią „proaktywni imitatorzy”. Są to ambitni przedsiębiorcy, którzy dla osiągnięcia biznesowego sukcesu decydują się na mniej lub bardziej twórczą imitację już istniejących rozwiązań. Robią to w sposób, który w zdecydowanej większości przypadków nie narusza praw własności intelektualnej twórców oryginalnych wynalazków.

W historii ludzkości postęp cywilizacyjny był nierozzerwalnie związany z przepływem towarów, ale także wiedzy i technologii, zarówno w obrębie poszczególnych krajów, jak i w skali międzynarodowej. Ważną rolę w tym procesie odgrywały przedsiębiorcze jednostki, penetrujące odległe kraje i kontynenty, w poszukiwaniu atrakcyjnych sposobności biznesowych i w tym celu podpatrujące stosowane w innych krajach metody produkcji.

Uznany autorytet w dziedzinie zarządzania i biznesu międzynarodowego, propagator imitacyjnej strategii rozwoju przedsiębiorstw prof. O. Shenkar, zwraca uwagę, że współcześnie istnieją szczególnie sprzyjające warunki dla realizacji takiej strategii (Shenkar, 2010). Chodzi tu o postępujące procesy integracyjne, które w wielu istotnych gałęziach gospodarki doprowadziły do ukształtowania globalnego rynku.

Rewolucja informacyjna znakomicie usprawniła przepływ wiedzy o nowych metodach wytwarzania czy też świadczenia usług w skali międzynarodowej. Równocześnie wzmocniła i przyspieszyła efekt pokazowy (ang. *demonstration effect*). Pod tym pojęciem rozumiemy przejmowanie

wzorów i postaw konsumpcyjnych krajów bogatych, przez społeczeństwa znajdujące się na niższym etapie rozwoju. Obserwacja, że w USA czy w Europie rośnie zainteresowanie żywnością ekologiczną, stanowi silny bodziec dla producentów żywności w Brazylii czy Indiach do wprowadzenia tego typu produktów, oczywiście z uwzględnieniem specyfiki lokalnego rynku.

Rozwinęły się także praktyki biznesowe, które w sposób naturalny ułatwiają asymilację, a następnie imitację technologii i rozwiązań organizacyjnych. W dobie Internetu standardem stało się przekazywanie potencjalnemu odbiorcy szczegółowych informacji o oferowanych wyrobach, wraz ze specyfikacją techniczną. Zakres tego typu informacji może być wystarczający dla twórczej adaptacji i uruchomienia własnej produkcji. Podobne skutki rodzi angażowanie się niezależnych podmiotów w różnorodne formy kooperacji, w tym także outsourcing. Dla pełnego obrazu trzeba uwzględnić także przepływy wykwalifikowanych kadr między przedsiębiorstwami.

W rozdziale II przedstawiliśmy szczególny sposób rozszerzania skali działalności firmy poprzez tworzenie sieci franczyzowych. Dysponując sprawdzoną koncepcją prowadzenia biznesu, jej twórca-franczyzodawca decyduje się udostępnić całościowy pakiet obejmujący szczegółowe procedury, prawo do korzystania ze znaku towarowego, wspólnej reklamy, szkoleń itp. Z perspektywy franczyzobiorcy mamy tu do czynienia z systemowym uporządkowaniem modelu biznesowego opartego na imitacji, w ramach kompleksowego pakietu franczyzowego (standardy operacyjne, rozwiązania organizacyjne, marketing, system finansowo-księgowy).

Twórcza imitacja cudzych rozwiązań jest we współczesnej gospodarce zjawiskiem powszechnym i wręcz nieuniknionym. Wysoka dynamika zmian w technologii powoduje w wielu dziedzinach wydatne ograniczenie skuteczności ochrony patentowej. Przy szybkich zmianach produktów i procesów po prostu nie opłaca się uruchamiać kosztownych procedur ochrony patentowej, zwłaszcza gdy istnieją możliwości łatwego obejścia patentu. W wyniku omawianych wyżej procesów znacznie skrócił się okres absolutnego przywództwa innowatora na rynku. Już po kilku-kilkunastu miesiącach pojawia się zbliżone rozwiązanie, które nie narusza praw do własności intelektualnej firmy dokonującej pierwotnego wdrożenia.

Korzyści imitacyjnej strategii rozwoju firmy nie ograniczają się wyłącznie do niższych kosztów naśladownictwa w porównaniu z oryginalnym wdrożeniem. Naśladowca może obserwować wcześniejszą reakcję odbiorców na nową ofertę rynkową, analizować błędy w procesie wprowadzenia nowego produktu na rynek, a w efekcie zaproponować własną wersję nowego produktu czy bardziej skuteczną strategię marketingową. Imitatorzy w sposób naturalny korzystają z efektów wcześniejszych wysiłków

lidera, w tym dotyczących zmiany postaw i nawyków konsumentów czy też stworzenia infrastruktury materialno-technicznej. Obecnie mało kto pamięta, że pionierem we wprowadzaniu kart płatniczych był Diners Club, który nadal istnieje, ale jego udział w tym rynku jest marginalny. Diners Club podjął olbrzymi wysiłek, żeby przekonać kupujących, by posługiwali się kartami, a sprzedających, by je akceptowali. Wprowadził też na rynek czytniki do kart, a także międzynarodowy system obiegu dokumentów i płatności. Firmy-naśladowcy mogły w pełni korzystać z efektów tych inwestycji.

Dlaczego zatem strategia imitacyjna jest tak słabo rozpoznana, a wręcz pomijana w badaniach i w polityce gospodarczej? Między innymi dlatego, że uwaga badaczy i polityków zazwyczaj skupia się na technologicznych liderach. Można tu wspomnieć o czołowej, w naukach o zarządzaniu, szkole zasobowej (*resource-based view*), która podkreśla korzyści pierwotnego wdrożenia (*first mover advantage*). Jednak cytowany już prof. O. Shenkar upatruje główną przyczynę tego zjawiska w zachodnich stereotypach kulturowych. O imitacji tradycyjnie myślimy jako o czymś gorszego gatunku, działalności mało wymagającej w kategoriach intelektualnych, czy techniczno-organizacyjnych (Shenkar, 2010).

Tymczasem tradycyjne postrzeganie imitatora, który rozkłada cudzy wyrób na części, a następnie go kopiuje, bez wkładu własnej myśli twórczej, ewidentnie nie przystaje do współczesnej rzeczywistości. Rozpoznanie rynku współczesnych technologii, analiza przyczyn nieudanych wdrożeń, adaptacja i dostosowanie do lokalnych warunków – wszystko to wymaga zaawansowanej wiedzy i doświadczonej kadry, o poziomie kwalifikacji podobnym do tego, jaki mają specjaliści pracujący nad oryginalnymi rozwiązaniami.

To podobieństwo uzasadnia wdrożenie strategii nowego typu, którą O. Shenkar (2011) określa jako strategię „imowacji”, a więc połączenia innowacji z imitacją. W praktyce firmy realizujące wspomnianą strategię posiadają wspólną platformę badawczo-rozwojową, na której równolegle wdraża się oryginalne rozwiązanie, a jednocześnie penetruje rynek globalnych technologii, by wyszukać komplementarne rozwiązania, które można efektywnie wykorzystać, zazwyczaj po adaptacji. Jeśli przyjrzymy się bliżej tej koncepcji, to widzimy wyraźne podobieństwo ze strategią otwartych innowacji, sformułowaną przez D. Chesborough (2003). Różnica dotyczy jedynie tego, że koncepcja „imowacji” nie akcentuje udostępniania innym firmom „zbędnych” wynalazków oraz kooperacji technologicznej, co zakłada strategia otwartych innowacji. Warto też zauważyć, że nazwa „otwarte innowacje” nie rodzi negatywnych skojarzeń, mimo że obejmuje korzystanie z cudzych rozwiązań. Zestawienie porównawcze omawianych wyżej strategii technologicznych zawiera tabela V.2.

Tabela V.2. Alternatywne strategie wykorzystania innowacji w rozwoju firmy

Typ strategii	Rodzaje aktywności innowacyjnej			
	Opracowanie i wdrażanie własnych technologii	Wykorzystanie technologii dostępnych na rynku	Udostępnianie technologii innym podmiotom	Kooperacja technologiczna z innymi podmiotami
Strategia przywództwa technologicznego	✓			
Strategia imitacyjna		✓		
Strategia imowacyjna	✓	✓		
Strategia otwartych innowacji	✓	✓	✓	✓

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując, można stwierdzić, że we współczesnej gospodarce strategia przedsiębiorstw, bazująca na twórczej imitacji wcześniej wdrożonych rozwiązań, jest zjawiskiem powszechnym, zarówno w przypadku firm znajdujących się na niższym poziomie zaawansowania technologicznego, jak i tych należących do światowej czołówki.

4. Wdrażanie innowacji z perspektywy kraju doganiającego

4.1. Perspektywa makroekonomiczna

Wykorzystanie innowacji w procesie doganiania światowej czołówki, przez kraje znajdujące się na niższym poziomie zaawansowania, zajmuje uwagę badaczy procesów rozwojowych od ponad 100 lat. Zainteresowanie to dotyczyło w pierwszym etapie przetarasowań w światowej czołówce – Wielka Brytania, Niemcy, Stany Zjednoczone – na przełomie XIX i XX wieku. W późniejszym okresie zajmowano się czynnikami niezwykle szybkiego awansu cywilizacyjnego krajów azjatyckich; w pierwszej kolejności Japonii, a następnie Korei Południowej i Tajwanu (Fagerberg i Godinho, 2004). Obalenie komunizmu w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 r. otworzyło nowy rozdział tej dyskusji. W odniesieniu do tej grupy krajów zaistniała konieczność uwzględnienia specyficznych czynników, takich jak funkcjonowanie przez kilkadziesiąt lat w systemie nakazowo-rozdzielczym, z bardzo ograniczonymi powiązaniem handlowymi i technologicznymi z gospodarką światową.

Obecny poziom wykorzystania innowacji, jako czynnika wzrostu gospodarczego w Polsce, budzi uzasadniony niepokój. Generalnie Polska plasuje się bardzo nisko w makroekonomicznych rankingach innowacyjności i w ostatnich kilkunastu latach sytuacja nie ulega poprawie¹⁰. I tak, pod względem Sumarycznego Indeksu Innowacyjności (SII), obliczanego na zlecenie Komisji Europejskiej, Polska w ostatnich latach balansuje między najniższą grupą skromnych innowatorów (*modest innovators*) a następną grupą umiarkowanych innowatorów (*moderate innovators*) (Hollanders i Es-Sadki, 2013). W tej dziedzinie dystans dzielący nas do „starej” Europy jest bardzo znaczący. Z kolei w Globalnym Rankingu Innowacyjności (GII) w 2013 r. Polska zajęła 49. pozycję na ogólną liczbę 142 krajów (Cornell University i in., 2013). Co ciekawe, szczególnie niekorzystna jest nasza sytuacja, jeśli porównamy nakłady na szeroką rozumianą innowacyjność z uzyskiwanymi efektami. Indeks relatywnej efektywności innowacji (*Innovation Efficiency Ratio*) daje nam dopiero 110. pozycję na świecie. Oznacza to, że oprócz stosunkowo niskich nakładów nie potrafimy wykorzystać niektórych naszych atutów, takich jak jakość kapitału ludzkiego.

Czy i w jaki sposób można zmienić istniejący stan rzeczy? W przypadku kraju na średnim poziomie rozwoju, takich jak Polska, zasadnicze pytanie dotyczy strategii doganiania, czyli zmniejszania luki technologicznej w stosunku do światowej czołówki. Tu można wyróżnić dwa kierunki myślenia. Pierwszy opiera się na omawianej w podrozdziale I.2 koncepcji korzyści z zacofania (*advantages of backwardness*). Przypomnijmy, że zgodnie z tą koncepcją jakkolwiek pozycja krajów zacofanych jest w ramach międzynarodowego podziału pracy generalnie niekorzystna; zacofanie ma także wymiar pozytywny. Wspomniane kraje mogą bardziej efektywnie wdrażać nowe technologie, korzystając z nagromadzonych doświadczeń (także błędów) poprzedników, „przeskakując” przejściowe stadia rozwoju technologicznego. Proces asymilacji zagranicznych technologii zależy jednak od bazowych zdolności absorpcyjnych i stąd takie możliwości są bardzo ograniczone w krajach najsłabiej rozwiniętych. Kraje na średnim poziomie mają pod tym względem uprzywilejowaną pozycję.

W literaturze przedmiotu podnoszone są jednak argumenty wskazujące na niebezpieczeństwa imitacyjnej ścieżki rozwoju. W pierwszej kolejności chodzi o tzw. pułapkę średniego poziomu dochodu (*middle income trap*). Wraz z postępowaniem industrializacji rosną koszty pracy. W efekcie kraje o średnim poziomie PKB na głowę tracą zdolność konkurencyjną w eksporcie wyrobów niskoprzetworzonych, a jednocześnie nie są jeszcze w stanie

¹⁰ Szczegółowe dane i międzynarodowe analizy porównawcze są szeroko prezentowane w licznych polskich publikacjach, takich jak Zadura-Lichota (red.) (2013) oraz Geodecki i in. (2012). Z tego względu w niniejszej pracy jedynie skrótowo wskazujemy na główne tendencje.

konkurować w dziedzinie wyrobów zaawansowanych technologicznie. W konsekwencji wzrost wspomnianych krajów ulega spowolnieniu (Paus, 2012).

Wielu polskich badaczy dostrzega niebezpieczeństwo wystąpienia tego rodzaju pułapki w naszym kraju (Geodecki i in., 2012; Hausner i in., 2013). Wskazują, że jakkolwiek na razie polska gospodarka rozwija się w przyzwoitym tempie, możliwości modelu opartego na naśladownictwie stopniowo się wyczerpują. Należy zatem dążyć do przejścia od modelu „dyfuzji naśladowczej” do modelu „dyfuzji kreatywnej”, opartego na rozwijaniu działalności badawczo-rozwojowej i wdrażaniu własnych, oryginalnych rozwiązań (Godecki i in., 2012, s. 93).

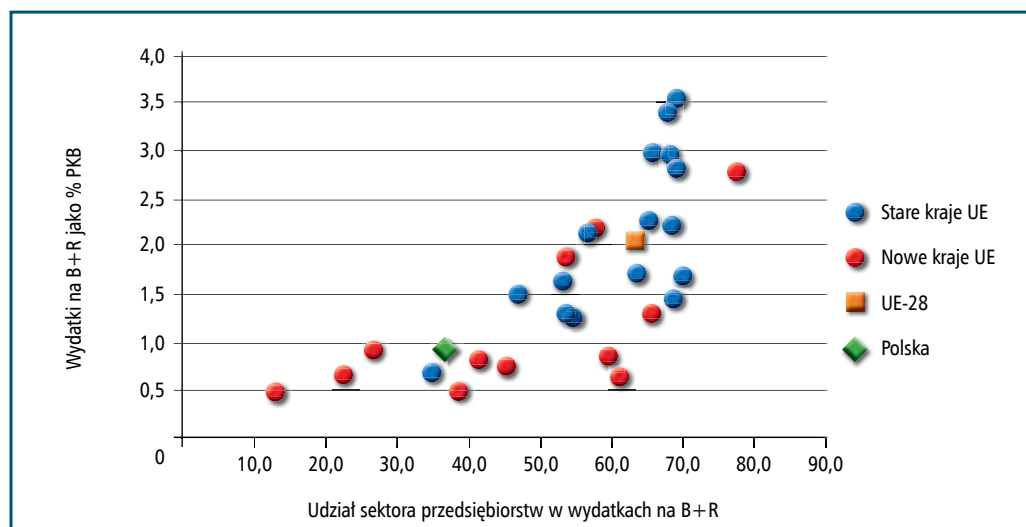
Przedstawiona wyżej argumentacja budzi wiele zastrzeżeń. Przede wszystkim kategoria „pułapki średniego poziomu dochodu” nie jest adekwatna do aktualnej sytuacji gospodarczej Polski. Przykładowo przeprowadzone przez Eichengreena i in. (2013) międzynarodowe badania porównawcze wykazały, że spowolnienie rozwoju, związane ze wspomnianą pułapką występuje przy poziomie PKB na głowę 10–11 tys. USD, a następnie 15–16 tys. USD. Polska przekroczyła wyraźnie obydwa progi. Trudno też abstrahować od silnego powiązania naszej gospodarki z gospodarką światową, co przejawia się chociażby w dominującej roli filii zagranicznych korporacji w polskim eksporcie przemysłowym. Niewątpliwie polska gospodarka stoi przed wieloma wyzwaniami, związanymi z przejściem do wyższego stadium, opartego na wiedzy i innowacjach. Mają one jednak inny wymiar niż te opisane w modelu pułapki średniego poziomu dochodu.

Tym, co budzi największe zastrzeżenia, jest przeniesienie makroekonomicznej analizy procesu wdrażania innowacji na poziom przedsiębiorstwa. Dotyczy to trzech głównych zagadnień. Po pierwsze możliwe strategie są rozpatrywane w dychotomicznym ujęciu: oryginalne wdrożenia – imitacja cudzych rozwiązań. Tymczasem, jak pokazują doświadczenia krajów należących do ścisłej czołówki, na poziomie przedsiębiorstwa procesy te przebiegają równolegle i współzależnie. Chodzi tu zwłaszcza o strategię otwartych innowacji czy, w nieco innym ujęciu, strategię „innowacji”, którą przedstawiliśmy w poprzedniej sekcji. Po drugie, w makroekonomicznej dyskusji „dyfuzja naśladowcza” jest czymś znacznie gorszym niż „dyfuzja krytyczna”. Tymczasem w świetle analizy przeprowadzonej w podrozdziale V.2, z perspektywy przedsiębiorstwa, nie jest to takie oczywiste. Po trzecie, w prowadzonej dyskusji na płaszczyźnie makroekonomicznej abstrahuje się od bardzo dużego zróżnicowania polskich przedsiębiorstw, zarówno w wymiarze technologicznym, jak i potencjału finansowego, organizacyjnego i kadrowego.

4.2. Poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw

Dostępne dane statystyczne i wyniki prowadzonych badań wskazują, że przedsiębiorstwa to słabe, jeśli nie najsłabsze ogniwo w systemie innowacji w Polsce. Niski poziom przytoczonych wyżej makroekonomicznych wskaźników jest głównie rezultatem niedostatecznej aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw. I tak, na przykład:

- ➔ bardzo niski wskaźnik nakładów na B+R w Polsce w relacji do PKB wynika głównie z bardzo małego zaangażowania przedsiębiorstw w taką działalność. Podczas gdy w skali całej Unii Europejskiej wydatki przedsiębiorstw stanowią ponad 60% całego budżetu na B+R, w Polsce ten udział kształtuje się w granicach 27% (rysunek V.5). Relatywne nakłady na B+R sektora publicznego i sektora szkół wyższych są u nas także poniżej średniej europejskiej, ale dystans nie jest już taki duży;
- ➔ bardzo niski jest odsetek polskich przedsiębiorstw prowadzących jakąkolwiek działalność innowacyjną. W latach 2008–2010 odsetek ten wynosił w Polsce tylko 28% wobec średniej UE 53% i niekwestionowanego lidera w tej dziedzinie, czyli Niemiec (79%) (Zadura-Lichota, 2013, s. 113–127);
- ➔ generalna prawidłowość, że aktywność innowacyjna jest negatywnie skorelowana z wielkością firmy, występuje w Polsce ze szczególną



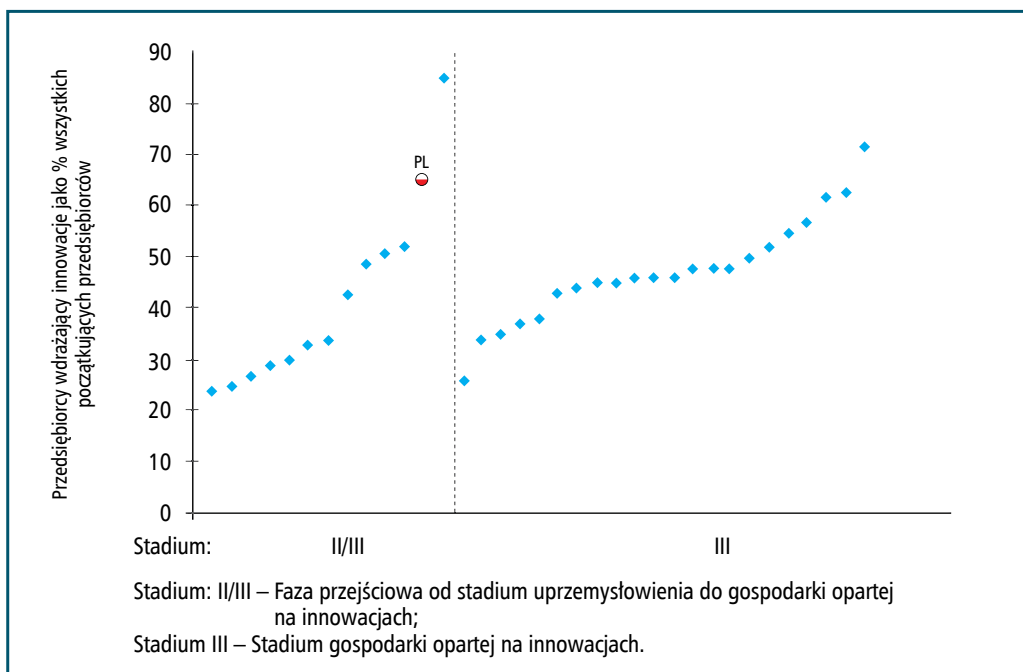
Rysunek V.5. Wydatki na B+R jako % PKB i udział sektora przedsiębiorstw w tych wydatkach w 2010 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Bazy Eurostat.

siłą. Dystans dzielący nas do „starej” Europy (EU-15), a także do nowych krajów członkowskich, jest największy w grupie firm małych (10–49 pracujących) (Zadura-Lichota 2013, s. 115–117). Jedyne w przypadku firm dużych dystans w stosunku do średniej dla obydwu grup krajów jest stosunkowo niewielki. Można jednak przypuszczać, że wynika to z dużej aktywności innowacyjnej dużych firm kontrolowanych przez kapitał zagranicznych, których udział w polskiej gospodarce jest bardzo znaczący (por. podrozdział VI.4).

- ➔ wśród tych przedsiębiorstw, które prowadzą działalność innowacyjną, mniej niż jedna trzecia angażuje się we własną działalność B+R wobec średniej UE 48%. To z kolei sugeruje, że innowacje w polskich firmach są wdrażane na niewielką skalę i nie wymagają istotnych adaptacji.

Z wynikami porównań międzynarodowych, bazujących na nakładach na B+R i wdrażaniu innowacji, wyraźnie kontrastują rezultaty najnowszych badań w ramach Projektu Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Jak wyjaśnialiśmy w rozdziale II, Polska po latach przerwy włączyła się tych do badań w latach 2011–2013. Uwzględniając konsekwentnie w porównaniu tylko kraje z grupy przejściowej od stadium uprzemysłowienia oraz te, które już się znajdują w stadium gospodarki opartej na innowacjach, widzimy, że



Rysunek V.6. Skłonność początkujących przedsiębiorców do wdrażania innowacji w badaniu GEM w 2013 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bazy Danych Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

uzyskane wyniki są dość zaskakujące, gdyż Polska w tym zestawieniu znajduje się w ścisłej czołówce (rysunek V.6). Wśród początkujących polskich przedsiębiorców 65% uznało w 2013 r., że ich produkty stanowiły nowość przynajmniej dla części odbiorców. W roku 2011 ten wskaźnik był jeszcze wyższy, ponieważ wynosił 75%.

Trzeba tu jednak przypomnieć istotne różnice metodologiczne między Projekt GEM a badaniami CIS (Community Innovation Survey). Projekt GEM obejmuje firmy we wczesnym etapie aktywności: przygotowanie się do uruchomienia biznesu lub prowadzenie go nie dłużej niż 3,5 roku. Tym, co decyduje o zakwalifikowaniu przedsiębiorcy jako innowacyjnego, jest deklaracja, że oferowane przez niego wyroby i usługi są nowe, przynajmniej dla części odbiorców. Badania GEM mogą wskazywać, że młodzi przedsiębiorcy i kandydaci na przedsiębiorców w Polsce mają silną orientację na innowacje, co pozytywnie rokuje jeśli chodzi o wzrost aktywności całej populacji polskich firm w tej tak ważnej dziedzinie.

Jak wytłumaczyć ograniczoną skłonność polskich przedsiębiorstw do wdrażania innowacji? Tu najczęściej wymienia się skutki cywilizacyjnego opóźnienia, związanego z ponadczterdziestoletnim okresem realnego socjalizmu. W ciągu 25 lat transformacji udało nam się zwiększyć liczebność sektora przedsiębiorstw, jednak w wymiarze jakościowym nasze firmy są znacznie słabsze niż te z krajów „starej” Europy. Wspomniane bariery i ograniczenia w największym stopniu dotyczą firmy małe. Nie posiadają wystarczającego kapitału, a ograniczona zdolność kredytowa utrudnia im dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania (luka kapitałowa). Nie dysponują też wykwalifikowanym personelem oraz kontaktami z potencjalnymi partnerami (ośrodkami badawczymi, uczelniami), co z kolei uniemożliwia wdrażanie innowacji na większą skalę.

Powyższa argumentacja ma jednak istotny mankament, gdyż nie wyjaśnia, dlaczego firmy z innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej w znacznie szerszym zakresie niż polskie wdrażają innowacje. Ponadto, jeśli chodzi o tzw. lukę kapitałową, to w latach 2007–2013 do przedsiębiorstw wszystkich nowych krajów członkowskich UE napływały znaczące środki na wsparcie aktywności innowacyjnej. Badania przeprowadzone przez Instytut Nauk Ekonomicznych PAN w latach 2008–2010 wykazały, że poziom aktywności innowacyjnej firm wskazujących na brak środków finansowych nie różnił się istotnie w porównaniu do firm, które takiego ograniczenia nie odczuwały (Kasner, 2012).

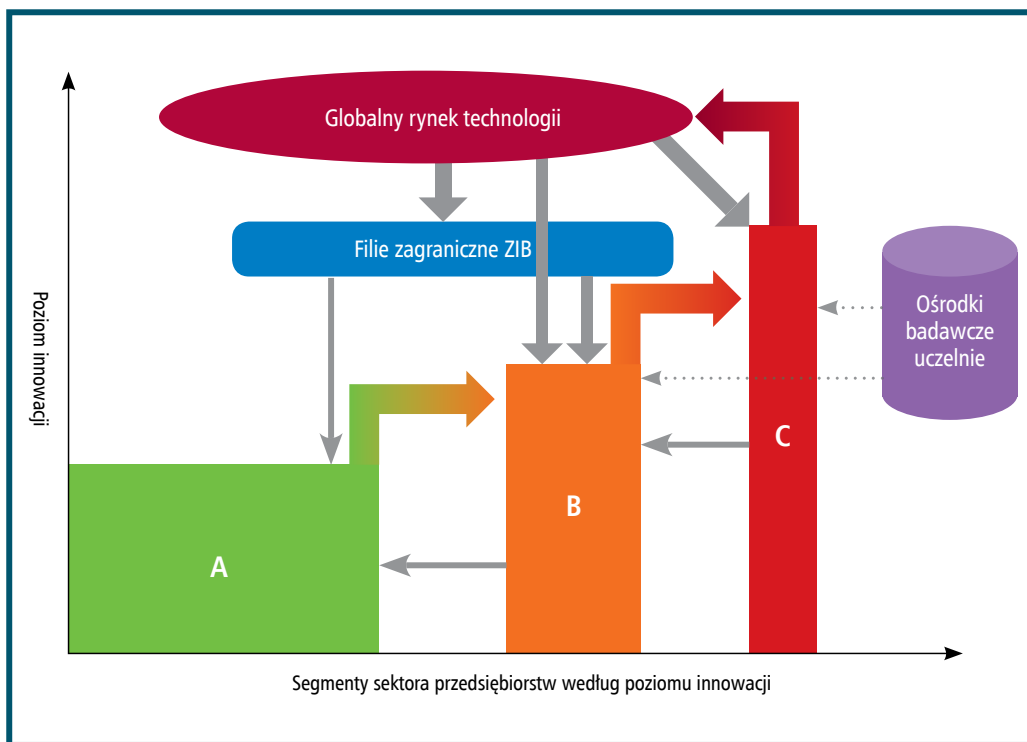
4.3. Strategia wdrażania innowacji

Poszukując synergii między mikro- i makroekonomicznym wymiarem strategii innowacji, warto przypomnieć wcześniejsze istotne ustalenia

(podrozdział V.2). Dla przedsiębiorstwa osiągnięcie ambitnych celów rozwojowych jest możliwe zarówno przez wdrożenie nowatorskich technologii, jak i twórczą adaptację rozwiązań już dostępnych na rynku. Z perspektywy makroekonomicznej potrzebni są nie tylko liderzy technologiczni, lecz także imitatorzy, ponieważ działania tych ostatnich przyczyniają się do sprawnej dyfuzji strumienia nowoczesnych technologii w skali całej gospodarki. Występuje tu wyraźna synergia: im szybszy będzie dopływ nowych technologii, tym większe będą efekty rozpryskowe, promieniujące na całą gospodarkę.

Biorąc pod uwagę duże wewnętrzne zróżnicowanie sektora przedsiębiorstw, jeśli chodzi o poziom zaawansowania technicznego i organizacyjnego, różne będą strategie oraz źródła innowacji (rysunek V.7).

Najbardziej zaawansowane technologicznie, choć nieliczne przedsiębiorstwa (C) twórczo adaptują rozwiązania dostępne na globalnym rynku technologii (GRT), a także wdrażają oryginalne innowacje, współpracując z krajowymi ośrodkami badawczymi i uczelniami. Firmy na średnim szczeblu (B) mają szansę asymilować rozwiązania wdrożone w firmach A, a także wyszukiwać i adaptować dla własnych potrzeb zagraniczne technologie. W pewnym, ograniczonym zakresie mogą też wdrażać rozwiązania opracowane w krajowych ośrodkach badawczych. Firmy na najniższym poziomie rozwoju (głównie mikro i małe) będą przede wszystkim korzysta



Rysunek V.7. Wdrażanie innowacji w sektorze przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne.

z „odprysków technologicznych” z innych firm krajowych. W omawianych procesach dyfuzyjnych szczególna rola przypada firmom z kapitałem zagranicznym. Ze względu na powiązania technologiczne z globalną organizacją, a jednocześnie krajową lokalizacją, stanowią one cenne źródło efektów rozpryskowych, których beneficjentami są lokalne firmy, także te na niższym poziomie technologicznym i organizacyjnym. Omówimy je w następnym rozdziale, w szerszym kontekście roli zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) w polskiej gospodarce.

Ważnym kryterium efektywności procesu dyfuzji będzie to, na ile wymusi on „podciąganie się” przedsiębiorstw na niższym poziomie zaawansowania technologicznego. Chodzi o to, by czołówka firm w poszczególnych segmentach przechodziła do kolejnych, coraz wyższych grup.

Powyższe całościowe spojrzenie na procesy innowacyjne zachodzące w sektorze przedsiębiorstw rodzi daleko idące implikacje dla polityki stymulowania tych procesów. Po pierwsze, wskazuje na potrzebę umiejętnego łączenia wsparcia dla przełomowych technologii z przyspieszeniem dyfuzji już istniejących rozwiązań w skali całej gospodarki. Wymaga to zasadniczego przewartościowania i odejścia od myślenia „to za ledwie imitacja”, i uznania, że twórcza adaptacja już istniejących rozwiązań może przynosić wymierne korzyści, zarówno dla samych przedsiębiorstw, jak i gospodarki jako całości. To dobrze, jeśli w danym roku kilku bądź kilkunastu czołowym polskim firmom uda się wprowadzić na światowe rynki produkty oparte na przełomowych innowacjach. Równie ważne jest jednak to, że w tym samym roku kilkanaście bądź kilkadziesiąt tysięcy małych rodzinnych firm wdroży nowoczesne systemy finansowo-księgowo i zarządzania zasobami ludzkimi, a kolejne kilkaset tysięcy skorzysta z możliwości płatności podatków i ZUS w trybie online.

Na szczególną uwagę zasługują najbardziej zaawansowane przejawy aktywności imitacyjnej, polegające na systematycznym przeszukiwaniu globalnego rynku technologii. Tu ważnymi kierunkami wsparcia mogą być wzmocnienie potencjału kadrowego i rozwój specjalistycznej wiedzy i umiejętności potrzebnych do tego typu poszukiwań. Wspomniane przewartościowanie powinno także prowadzić do bardziej pragmatycznego stosunku do działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw. Powszechne narzekanie i zachęcanie *en bloc* przedsiębiorców, by taką działalność podejmowali, musi być zastąpione trzeźwą kalkulacją i uznaniem, że tak jak każda inna inwestycja, nakłady na B+R muszą podlegać zasadom rachunku ekonomicznego. Znaczących efektów można się spodziewać w przedsiębiorstwach dysponujących odpowiednią infrastrukturą techniczną i potencjałem kadrowym.

Na zakończenie powróćmy do ważnego dylematu, jaki pojawia się w dyskusji publicznej nad sposobami zwiększenia innowacyjności polskiej

gospodarki, czyli przejścia od dyfuzji naśladowczej do dyfuzji kreatywnej. Zbliżając się do światowej czołówki, przedsiębiorstwa realizują zazwyczaj model sekwencyjny. Początkowa faza imitacji służy do zbudowania potencjału ekonomicznego i technologicznego, by następnie, po stworzeniu odpowiedniego zaplecza badawczego (laboratoria, kadry), przystąpić do pracy nad własnymi technologiami. Powyższą strategię dobrze ilustruje wypowiedź Krzysztofa Domareckiego, twórcy Seleny – jednej z nielicznych, dużych, rdzennie polskich firm, prowadzących działalność w skali globalnej:

„Odwołam się do doświadczenia mojej firmy. W latach 1998–2002, kiedy uruchomiliśmy naszą pierwszą fabrykę pian montażowych, ja powiedziałem zespołowi R+D »Koleczy, żadnych innowacji, dopóki nie skopiujemy wszystkiego, co się rusza w Europie Zachodniej. Jak się nauczą robić ich produkty, to zaczniemy się z nimi ścigać na wynalazki«. I okazało się, że to podejście legło u podstaw naszego późniejszego sukcesu.

Nie bójmy się po prostu kopiować – nazywajmy to elegancko imitacje, dyfuzje, jak tam naukowcy sobie to chcą nazwać, ale my jesteśmy na etapie takim, w którym jeśli chcemy zwiększyć efektywność naszego przemysłu, to musimy najpierw dogonić świat¹¹.”

Obecnie Selenia – potentat w branży chemii budowlanej – eksportuje swoje wyroby do ponad 70 krajów, a w 20 krajach posiada spółki handlowe i produkcyjno-handlowe. Prowadzi na szeroką skalę własne prace badawczo-rozwojowe. Wiele polskich firm znajduje się obecnie na etapie zmniejszania dystansu do światowej czołówki, w którym Selenia była 15 lat temu i dla nich ścieżka twórczych imitacji, prowadzących z czasem do oryginalnych wdrożeń, może być szczególnie atrakcyjna.

Istotne pytanie dotyczy tego, jaka będzie optymalna strategia, gdy, w wyniku twórczej imitacji, firma osiągnie poziom technologiczny ścisłej światowej czołówki. Ważkie argumenty przemawiają za tym, że powinna to być omawiana wcześniej strategia „innowacji” lub, szerzej, otwartych innowacji. Po pierwsze, jest to kierunek realizowany przez czołówkę światowych firm w wielu nowoczesnych gałęziach gospodarki. Po drugie, nie ma potrzeby rezygnować z nagromadzonych doświadczeń wysoko kwalifikowanych kadr, wyspecjalizowanych w penetrowaniu globalnego rynku technologii. Po trzecie, jak dowodzi O. Shenkar (2010), najbardziej efektywna jest wspólna platforma technologiczna, gdzie równolegle, często przez te same zespoły B+R, rozpracowywane są obce technologie i wdrażane własne rozwiązania. Warto dodać, że wspomniana strategia „dogonić, by przegonić”, jest realizowana, przy wydatnym wsparciu państwa, przez najbardziej zaawansowane firmy z Chin, Indii czy Brazylii.

¹¹ K. Domarecki, wypowiedź na Konferencji PARP, „Świt innowacyjnego społeczeństwa”, 8 marca 2013.



Rozdział

VI

Międzynarodowy wymiar
przedsiębiorczości



Wymiana towarowa oraz zaawansowana współpraca gospodarcza (zagraniczne inwestycje bezpośrednie, kooperacja przemysłowa, transfer technologii) stanowią ważny czynnik rozwoju w skali zarówno całego kraju, jak i dla przedsiębiorstw uczestniczących w tej współpracy. W ujęciu historycznym można wskazać bardzo silne związki między orientacją przedsiębiorczą a aktywnością międzynarodową. Starożytni, średniowieczni, a potem renesansowi kupcy docierali do najdalszych zakątków globu. Odkrywczy nowych kontynentów to niewątpliwie ambitni przedsiębiorcy – ludzie czynu, o wybitnym zmyśle organizacyjnym, którzy oprócz tego, że mieli cele merkantylne, byli ogarnięci pasją dokonania wielkich czynów i zapisania się na kartach historii.

Rozwój kapitalizmu w XIX i XX wieku w istotny sposób podważył znaczenie przedsiębiorczości w operacjach międzynarodowych. Doprowadził do swoistego podziału ról. Biznes międzynarodowy stał się domeną wielkich koncernów, podczas gdy mniejsze firmy koncentrowały aktywność na rynkach lokalnych. Tu, podobnie jak w wielkoseryjnej produkcji, o sukcesie na rynkach międzynarodowych decydowały skala działania, zdolność do poniesienia znacznych nakładów w okresie początkowym, a także specjalistyczna wiedza i doświadczenie. Dla mniejszych firm poważną barierą w wychodzeniu na obce rynki był fakt, że ich właściciele nie znali języków obcych.

Renesans przedsiębiorczości, jaki dokonał się na przełomie XX i XXI wieku (por. rozdział I), ujawnił się także na płaszczyźnie międzynarodowej. Korzystając z nowych możliwości, jakie stworzyły nowoczesne technologie informacyjne i komunikacyjne oraz postępująca integracja gospodarcza, mniejsze firmy wyruszyły na podbój rynków międzynarodowych. Szczególnie interesującym zjawiskiem była wczesna internalizacja (*born global*), tj. sytuacja, w której mała firma, praktycznie od momentu założenia biznesu, wychodzi na rynki zagraniczne.

1. Aktywność międzynarodowa polskich firm w dobie transformacji ustrojowej

Opisane wyżej zmiany stanowiły szczególne wyzwanie dla początkujących przedsiębiorców z Czech, Węgier czy Polski, którzy skorzystali z nowych możliwości, jakie otworzyły się w wyniku zmian ustrojowych w latach

1989–1990. W pierwszej kolejności musiały się jednak zderzyć z historycznymi zaszczościami realnego socjalizmu.

Transakcje międzynarodowe były tą dziedziną, w której w sposób najbardziej wyrazisty dokonała się transformacja ustrojowa w Polsce i w innych krajach przechodzących transformację ustrojową po 1989 roku. Przyjmując cezurę roku 2003 – ostatniego pełnego roku przed akcesją do Unii Europejskiej, jako kończącego fazę transformacji ustrojowej, mieliśmy do czynienia z krótkim, 15-letnim okresem, w którym nastąpiły radykalne zmiany, jeśli chodzi o skalę zaangażowania polskich przedsiębiorstw w międzynarodową współpracę gospodarczą (tabela VI.1).

Na szczególne podkreślenie zasługuje fakt, że wzrost liczby eksporterów był nieporównanie wyższy (65 razy) niż firm aktywnych na rynku krajowym (wzrost trzykrotny). Warto przypomnieć, że w tym samym okresie (1988–2003) wartość eksportu towarowego w cenach stałych zwiększyła się tylko 3,7 razy. Wskaźnik 17-krotnego wzrostu liczby firm z udziałem zagranicznym dalece nie odzwierciedla roli kapitału zagranicznego w polskiej gospodarce. W roku 1988 były to przedstawicielstwa oraz tzw. firmy polonijne (zagraniczne przedsiębiorstwa drobnej wytwórczości) prowadzące działalność na niewielką skalę. Obecnie czołówka firm z udziałem zagranicznym to przedsiębiorstwa duże, o istotnym znaczeniu na polskim rynku, funkcjonujące w nowoczesnych gałęziach przemysłu i usług. Po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej wspomniane tendencje uległy dalszemu wzmocnieniu, jednak zasadnicze zmiany ilościowe i jakościowe nastąpiły jeszcze przed akcesją.

Tabela VI.1. Liczba eksporterów oraz filii i oddziałów zagranicznych w Polsce w latach 1988–2003

	1988	2003	Zmiany 1988/2003
Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce	598 600	1 726 500	3-krotna
Liczba eksporterów towarowych	767	50 000	65-krotna
w tym prywatnych firm krajowych	480	41 700	87-krotna
Liczba aktywnych filii i oddziałów firm zagranicznych w Polsce	895	15 400	17-krotna

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników projektu badawczego *Przedsiębiorczość międzynarodowa w Polsce*, zrealizowanego w Akademii Leona Koźmińskiego w latach 2007–2010.

Jak wyjaśnić tę eksplozję przedsiębiorczości międzynarodowej w fazie transformacji? Przede wszystkim warto zwrócić uwagę, że w okresie realnego socjalizmu aktywność przedsiębiorstw w obrocie z zagranicą była poddana znacznie surowszym restrykcjom niż na rynku krajowym. Ze względów ustrojowych nie tylko przedsiębiorstwa prywatne miały zakaz bezpośredniej

sprzedaży za granicę bądź importu. Także przedsiębiorstwa państwowe musiały korzystać z obowiązkowego pośrednictwa tzw. central handlu zagranicznego. Z podobnych względów na terenie krajów dawnego „obozu socjalistycznego” blokowana była aktywność firm z kapitałem zagranicznym.

To, że tak wielu nowo powstałych przedsiębiorców bardzo szybko zdecydowało się na podbój rynków zagranicznych, z ograniczoną znajomością języków obcych, wynikało generalnie z pozytywnej percepcji przedsiębiorczości w wymiarze międzynarodowym. W początkach transformacji przedsiębiorcy byli postrzegani jako „prywaciarze”, działający na granicy prawa bądź poza prawem i naruszający podstawowe standardy etyczne. Tymczasem skojarzenia z działalnością biznesową na styku z zagranicą były jednoznacznie pozytywne. Chodzi o liczne przykłady dorabiania się przez osoby wyjeżdżające w celach zarobkowych do USA czy młodych ludzi wykonujących dorywcze prace w okresie wakacyjnym w Londynie czy Sztokholmie. W społecznej percepcji „prawdziwe” pieniądze, potrzebne na rozkręcenie własnego biznesu, można było zdobyć w obrocie z zagranicą. Stąd tak wiele polskich prywatnych firm, które urosły do bardzo dużych rozmiarów, miało w swej wczesnej historii epizody przywozu istotnych, jak na owe czasy, oszczędności z tytułu pracy za granicą bądź lukratywnego, prywatnego importu towarów, sprzedawanych następnie z dużym zyskiem na terenie kraju.

2. Zaangażowanie eksportowe polskich firm – porównania międzynarodowe

Według danych GUS i Centrum Analiz Administracji Celnej w 2012 r. było 77,1 tys. eksporterów i towarowych, zaś 14,3 tys. w usługach (tabela 7, Aneks). Uwzględniając fakt, że niektóre firmy łączą eksport towarowy i usługowy łączną liczbę polskich eksporterów można oszacować na ok. 90 tys. w 2012 r., co stanowiło ok. 5% ogólnej liczby aktywnych firm w tym roku. Trzeba jednak podkreślić, że są to szacunki, które mogą być obarczone sporym błędem, gdyż drobni eksporterzy (poniżej 1,1 mln PLN rocznie) nie mają obowiązku przekazywania danych o obrotach z zagranicą do GUS. Przykładowo, badanie przeprowadzone w 2013 r. przez Bank Pekao na dużej próbie 7 tys. mikro i małych firm, wykazało, że liczba eksporterów była znacznie wyższa i wynosiła ok. 130 tys. (Kierzkowski, 2014).

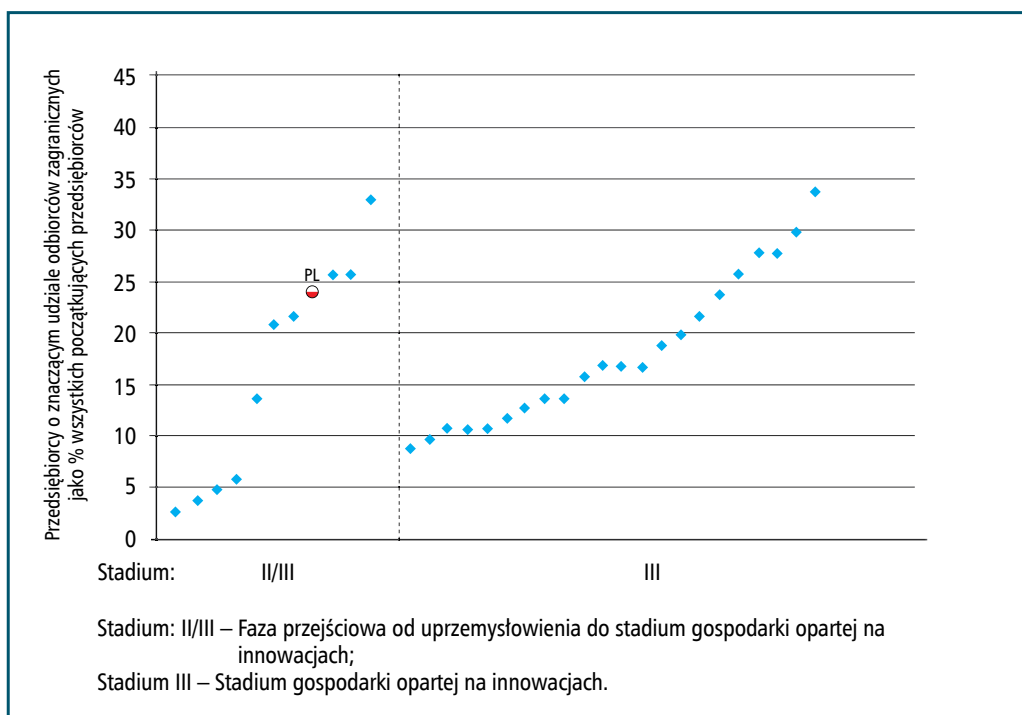
Jak wygląda zaangażowanie polskich firm w eksporcie w porównaniu do innych krajów? Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa ze względu na

wspomnianą wcześniej niedoskonałość statystyki w tej dziedzinie. W świetle dostępnych danych oceny są dalece niejednoznaczne.

I tak, doroczne oceny Komisji Europejskiej dotyczące implementacji przyjętego w 2008 r. *Small Business Act for Europe* (*Aktu dla drobnej przedsiębiorczości w Europie*) konsekwentnie wskazują, że Polska wyraźnie odstaje od średniej UE jeśli chodzi o zaangażowanie mniejszych firm zarówno w handlu wewnątrzunijnym, jak i w obrotach z krajami spoza UE (European Commission, 2013). Wśród polskich MŚP jedynie 4% było eksporterami w ramach EU (wobec średniej unijnej 8%), a poza rynek UE eksportowało jedynie 2% (średnia EU to 4%). Obok wdrażania innowacji niskie zaangażowanie eksportowe to główna „pięta achillesowa” polskich MŚP.

Tymczasem przeprowadzone na zlecenie Komisji Europejskiej w 2009 r. badanie ankietowe na dużej próbie pokazało zasadniczo odmienny obraz. Zaangażowanie polskich MŚP w eksporcie było wyższe od średniej dla wszystkich 27 krajów członkowskich UE. W imporcie zaangażowanie to było bliskie średniej, a nieco poniżej średniej w przypadku zaawansowanych form współpracy (inwestycje bezpośrednie, kooperacja, *sub-contracting* międzynarodowy) (EIM/Panteia, 2010).

Podobnie, w badaniach Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dotyczących tzw. orientacji międzynarodowej, polscy początkujący przedsiębiorcy



Rysunek VI.1. Orientacja międzynarodowa początkujących przedsiębiorców w badaniu GEM w 2013 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych GEM.

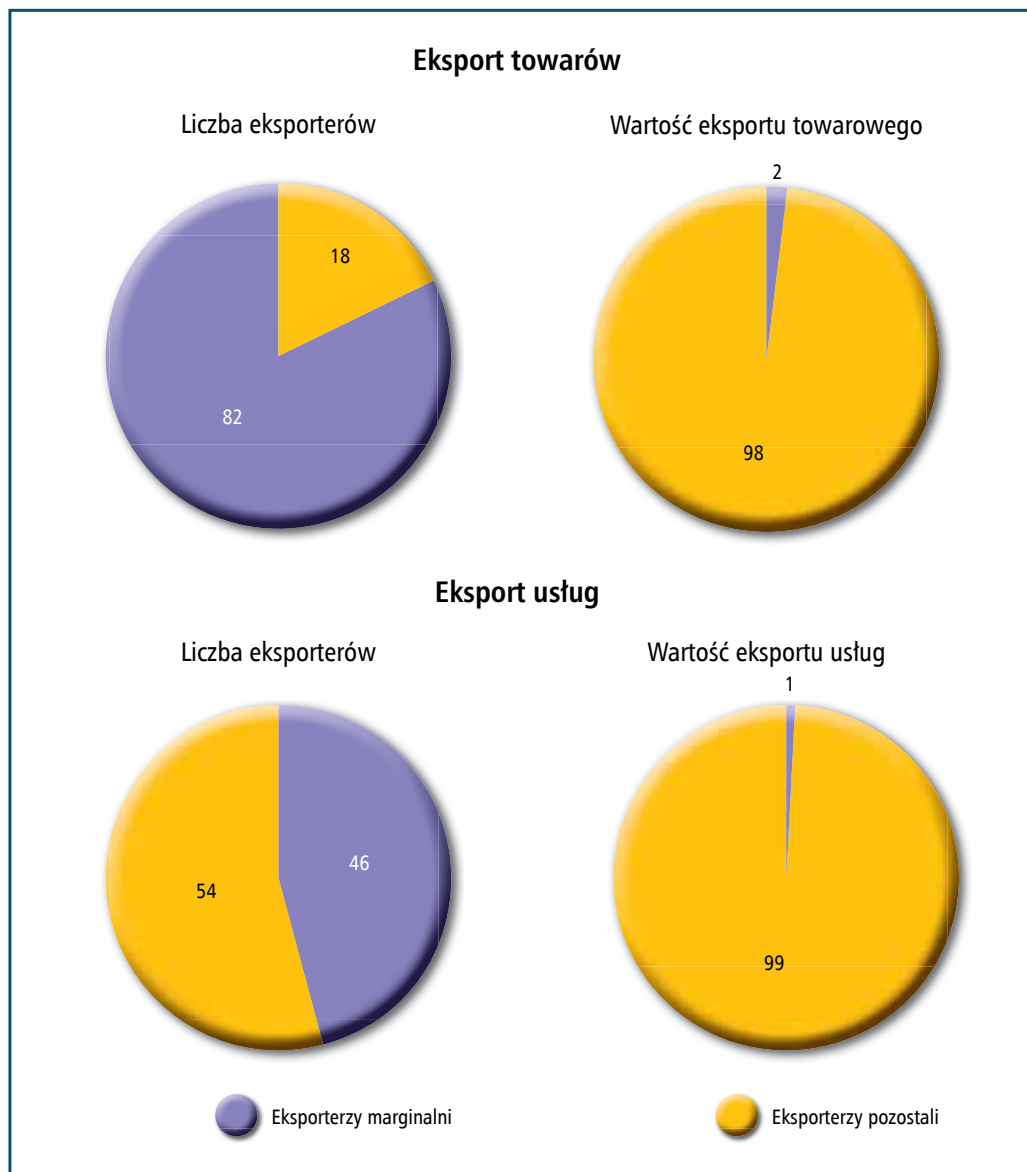
plasują się powyżej średniej, zarówno dla krajów innowacyjnych, jak i krajów znajdujących się w fazie przejściowej między uprzemysłowieniem a gospodarką opartą na innowacjach (rysunek VI.1). Przypomnijmy, że orientacja międzynarodowa definiowana jest w GEM jako odsetek początkujących przedsiębiorców, w przypadku których co najmniej 25% odbiorców pochodzi z zagranicy (por. podrozdział III.6). W 2011 r. wskaźnik ten wynosił dla Polski 17%, zaś w 2013 r. wzrósł do 24%.

3. Przedsiębiorczość międzynarodowa czy międzynarodowy small business?

Jak wyjaśnić te zróżnicowane i po części sprzeczne oceny poziomu zaangażowania polskich przedsiębiorstw w operacje międzynarodowe? Ważny, acz pomijany w analizach porównawczych, jest zasygnalizowany wcześniej dwoisty charakter zaangażowania międzynarodowego małych, początkujących firm. Przypomnijmy (podrozdział II.3), że dzięki ułatwieniom w prowadzeniu operacji międzynarodowych, wykorzystaniu Internetu i postępującej integracji gospodarczej w operacje zagraniczne mogą się aktualnie angażować zarówno ambitni przedsiębiorcy, którzy poszukują na rynkach międzynarodowych szans na przyspieszony rozwój, jak i ci nastawieni na działalność na bardzo ograniczoną skalę.

Skalę zjawiska marginalnej aktywności eksportowej ilustruje rysunek VI.2 oraz dane w tabeli 7 (Aneks). Przede wszystkim zwraca uwagę fakt, że aż 82% wszystkich dostawców towarów i 54% dostawców usług to eksporterzy marginalni¹. W obydwu przypadkach udział eksporterów marginalnych w wartości eksportu nie przekraczał 2%, a więc był znikomy. Warto zwrócić uwagę na bardzo niską średnią wartość eksportu w tej grupie: towary – 166 tys. PLN, usługi – 221 tysięcy. Ponadto, jak wykazały badania marginalnych polskich eksporterów, prowadzone w latach 2007–2010, w tej grupie powszechne jest zjawisko nieregularności zaangażowania eksportowego i wycofania się z rynku po kilku latach (Cieślik i in., 2010). Powyższe dane wskazują, że marginalizacja roli najmniejszych firm jest daleko bardziej posunięta w obrocie międzynarodowym niż krajowym. Przypomnijmy, że mikrofirmy stanowiły w 2012 r. prawie 96% wszystkich podmiotów, ale ich

¹ Eksporterów marginalnych definiujemy, stosując tzw. próg podstawowy rocznych obrotów, wykorzystywany przez GUS. W przypadku handlu wewnątrz UE obowiązek sprawozdawczy dla przedsiębiorstw powstaje dopiero po przekroczeniu tego progu. W 2012 r. próg podstawowy w eksporcie i imporcie towarów został określony na poziomie 1,1 mln PLN.



Rysunek VI.2. Eksport towarów i usług w 2012 r. w podziale na eksporterów marginalnych (do 1,1 mln PLN) i pozostałych (% liczby eksporterów i wartości eksportu)

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych Centrum Analityczne Administracji Celnej (CAAC). Zob. tabela 7 (Aneks).

udział w przychodach ze sprzedaży przekraczał 20% (GUS 2014a, s. 50). Pominięcie dostawców marginalnych sprowadza liczbę większych eksporterów do realistycznego poziomu 13,9 tys. w sprzedaży towarów i 6,6 tys. w sprzedaży usług, a więc łącznie około 20 tysięcy.

Zjawisko drobnej i nieregularnej aktywności międzynarodowej mniejszych firm jest powszechne i występuje w wielu krajach. Istnieje

jednak wiele przesłanek, by sądzić, że skala tego zjawiska jest szczególnie duża w krajach przechodzących transformację ustrojową. Mamy tu bowiem do czynienia ze szczególną koincydencją zmian ustrojowych i omawianych wcześniej zmian technologicznych i politycznych, ułatwiających aktywność międzynarodową. Powstałe po 1990 r. firmy prywatne w Polsce, Czechach, czy na Węgrzech nie miały bagażu wcześniejszych doświadczeń, a tym samym naturalnej skłonności do koncentrowania się na rynku krajowym, jak to było w przypadku ich zachodnich odpowiedników. Pojawiające się nowe możliwości firmy traktowały jako naturalny bodziec do zainicjowania eksportu, najczęściej bez solidnego przygotowania do takich działań, co wynikało także z krótkiego stażu w prowadzeniu biznesu.

Struktura podmiotowa wymiany handlowej z zagranicą stwarza nie lada wyzwanie dla pomiaru międzynarodowej przedsiębiorczości. Jeśli posługujemy się liczbą eksporterów w relacji do całej populacji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, to faktycznie mierzymy skalę międzynarodowego small businessu. Na drugim biegunie mamy duże firmy, w tym wielkie korporacje transnarodowe, które w ujęciu wartościowym dominują na światowych rynkach. Natomiast bardzo trudno oszacować wielkość segmentu małych i średnich firm, które wykorzystują eksport jako dźwignię dla przyspieszenia rozwoju. Próbę takiego oszacowania przedstawimy w dalszej części rozdziału (podrozdział VI.5).

4. Sektor kontrolowany przez kapitał zagraniczny w polskiej gospodarce

Równoległe z opisaną wcześniej aktywnością międzynarodową krajowych firm prywatnych transformacja ustrojowa przyniosła inną radykalną zmianę: powstanie silnego sektora przedsiębiorstw kontrolowanych przez kapitał zagraniczny. Wspomniane w poprzedniej sekcji ograniczenia ustrojowe w gospodarce realnego socjalizmu odnosiły się nie tylko do operacji zagranicznych firm krajowych, ale praktycznie eliminowały możliwość inwestowania w Polsce przez międzynarodowe korporacje. Te ostatnie mogły co najwyżej tworzyć przedstawicielstwa handlowe, formalnie prowadzące działalność informacyjną, bez możliwości dokonywania transakcji kupna-sprzedaży. Funkcjonując w tych ciasnych ramach prawno-organizacyjnych, zagraniczne firmy próbowały rozwijać wymianę, a także kooperację przemysłową z czołowymi przedsiębiorstwami państwowymi.

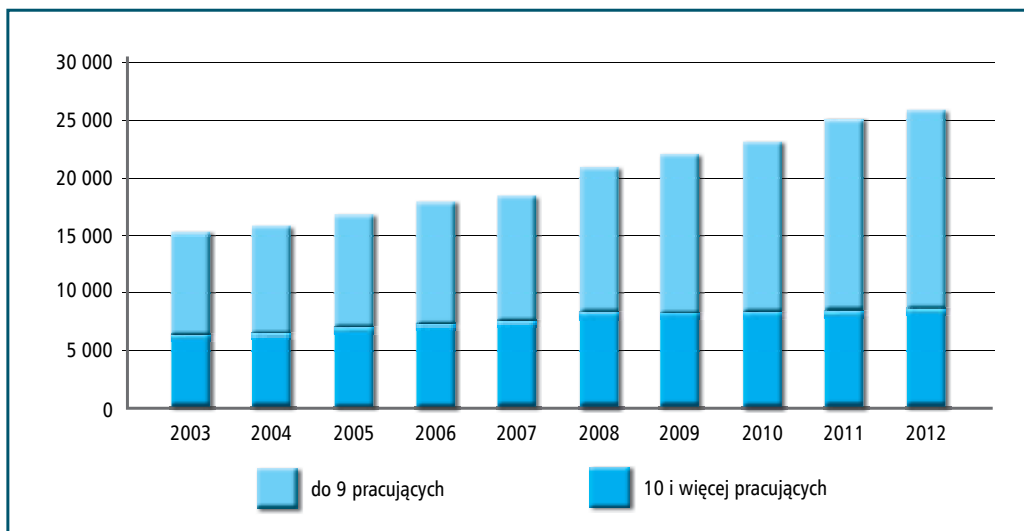
Wprowadzone w latach 70., na zasadzie eksperymentu, rozwiązania prawne, dopuszczały bezpośrednią działalność podmiotów zagranicznych w hybrydowej formie, jaką były tzw. firmy polonijne². W latach 80. dopuszczono także możliwość tworzenia spółek o kapitale mieszanym (joint venture), ale ich liczba i skala działania były bardzo ograniczone. W sumie na koniec 1988 r. było 90 przedstawicielstw firm zagranicznych, 765 firm polonijnych i 40 spółek joint venture (Cieślik i Kąciak, 2011a, s. 26).

Możliwość klasycznej formy umiędzynarodowienia, czyli zaangażowanie kapitałowe w istniejące firmy bądź tworzenie od nowa przedsiębiorstw afiliowanych w Polsce, pojawiła się w Polsce dopiero po 1989 roku. Sprzyjała temu strategia przyspieszonej transformacji. W początkach lat 90. uznano, że dużych państwowych zakładów nie da się zreformować bez zmian własnościowych, połączonych z zastrzykiem kapitału, technologii i organizacyjnego know-how. Takimi atutami dysponowały duże międzynarodowe korporacje i stąd preferencje dla przejmowania przez nie zarówno pojedynczych zakładów, jak i przekazywanie całych gałęzi polskiego przemysłu, w ramach tzw. prywatyzacji sektorowej.

Charakterystyczna była niesłychanie szybka ekspansja na nasz rynek zarówno wielkich korporacji transnarodowych, jak i mniejszych firm zagranicznych. Trzeba pamiętać, że w latach 90. warunki instytucjonalne do prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce nie były korzystne, ze względu na niejednoznaczność przepisów, niestabilność gospodarki czy utrwalone nawyki pracownicze z epoki realnego socjalizmu. Takiej reakcji nie da się w pełni wyjaśnić na gruncie współczesnych teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Natomiast w teorii organizacji zdiagnozowano zjawisko, gdy w warunkach zmian w otoczeniu (tzw. szoków regulacyjnych), firmy reagują w sposób żywiołowy, odchodząc od standardowych procedur podejmowania decyzji. Zmiany ustrojowe w latach 1989–1991 niewątpliwie były takim szokiem (Cieślik i Kąciak, 2011b).

W rezultacie sektor kontrolowany przez kapitał zagraniczny ukształtował się już w pierwszej fazie transformacji, w latach 1989–2003. Po przystąpieniu do Unii Europejskiej ogólna liczba firm z udziałem zagranicznym wzrosła z 15,4 tys. w 2003 do 25,9 tys. w 2012 r., jednak gros przyrostu dotyczyło firm zatrudniających do 9 osób. Prowadzą one działalność gospodarczą na bardzo niewielką skalę, spełniając zazwyczaj handlowe funkcje przedstawicielskie (rysunek VI.2). Tęgo typu firmy stanowią obecnie 2/3 wszystkich podmiotów z udziałem zagranicznym, ale generują poniżej 2% całego zatrudnienia w tym sektorze. Stąd w dalszych analizach skupimy się

² Jak sugerowała oficjalna nazwa, „zagraniczne przedsiębiorstwa drobnej wytwórczości”, zamysłem ówczesnych władz było otwarcie polskiego rynku dla małych zagranicznych firm o polonijnych korzeniach. Uważano, że będzie to znacznie mniej ryzykowne niż bezpośrednia obecność produkcyjno-handlowa wielkich koncernów.



Rysunek VI.3. Liczba przedsiębiorstw kontrolowanych przez kapitał zagraniczny w Polsce w latach 2003–2012

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (GUS, 2013) oraz wcześniejszych rocznych edycji tej publikacji.

na filiach i oddziałach zagranicznych zatrudniających w Polsce 10 i więcej osób. Od 2008 r. ich liczba ustabilizowała się w przedziale 8,3–8,6 tysięcy. Warto także podkreślić, że 69% wszystkich podmiotów jest kontrolowane przez kapitał zagraniczny w 100%, a dalsze 16% objęte jest kontrolą większościową (GUS, 2013a, s. 50).

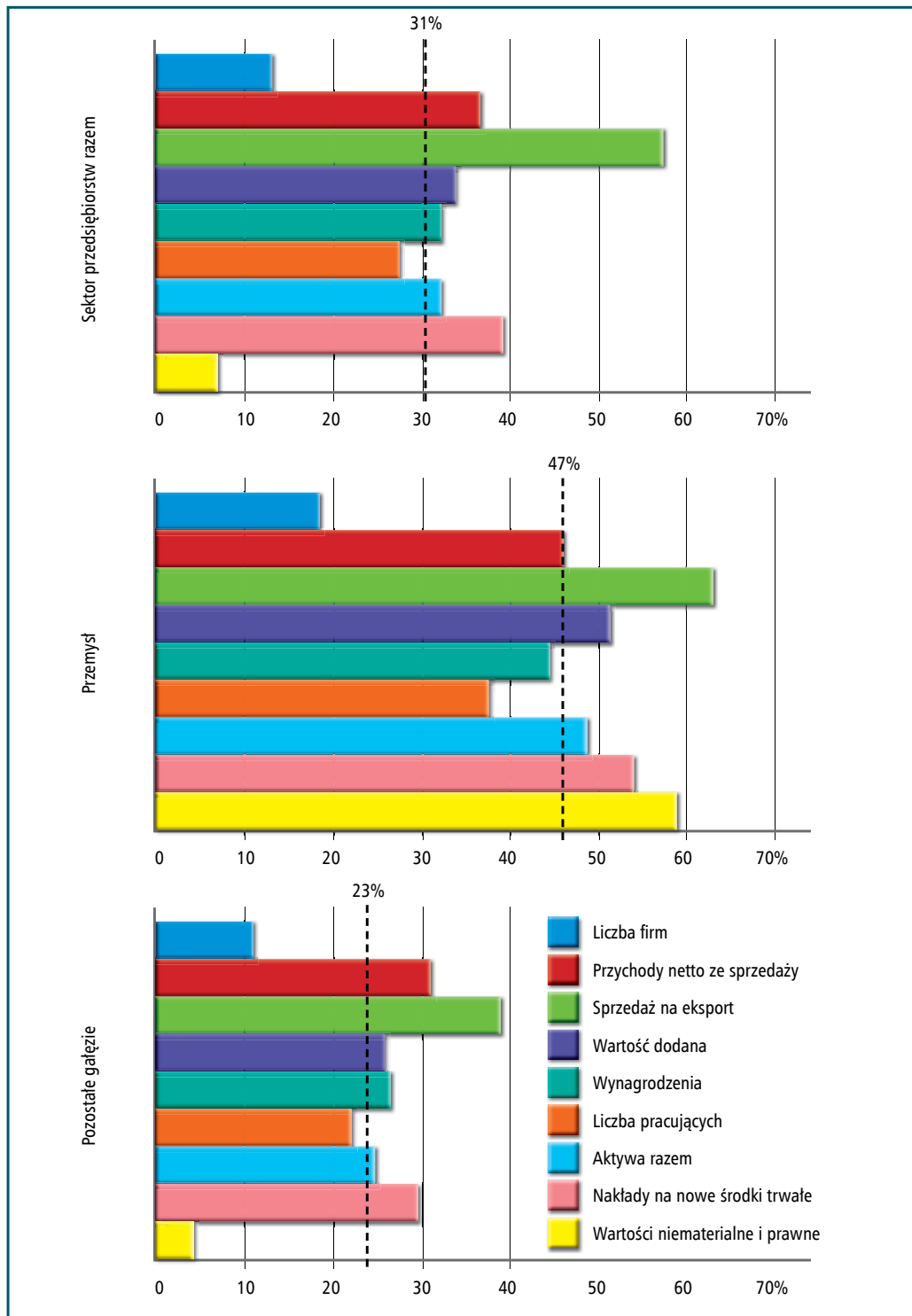
Jaką rolę odgrywają współcześnie firmy kontrolowane przez kapitał zagraniczny w polskiej gospodarce? Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Konjunktur (IBRKK) od początku lat 90. dokonuje pomiaru znaczenia tych firm w polskim sektorze przedsiębiorstw (bez mikroprzedsiębiorstw), przy pomocy syntetycznego wskaźnika³ (Chojna, 2012, s. 48–51). Poziom tego wskaźnika systematycznie wzrastał z 13% w 1994 r. do ok. 40% w roku 2004 i na tym poziomie ustabilizował się w kolejnych latach 2005–2010⁴.

Przeprowadziliśmy podobną, ale opartą na bardziej rozbudowanym zestawie wskaźników⁵ cząstkowych analizę dla roku 2012 (rysunek VI.4 oraz

³ Wskaźnik syntetyczny udziału firm z udziałem zagranicznym w polskiej gospodarce, wyliczany przez IBRKK, jest średnią arytmetyczną procentowych udziałów firm zagranicznych w ogólnej liczbie podmiotów zatrudniających 10 i więcej osób, liczbie zatrudnionych, przychodach ogółem, eksporcie, wydatkach na zakup środków trwałych, aktywach, kapitale obrotowym i zobowiązaniach.

⁴ Dodajmy, że powyższe dane nie obejmują sektora finansowego, w którym rola kapitału zagranicznego jest jeszcze bardziej znacząca.

⁵ Obliczany syntetyczny wskaźnik jest średnią arytmetyczną 9 wskaźników cząstkowych udziału firm z kapitałem zagranicznym w: przychodach ze sprzedaży, eksporcie, wartości dodanej, wynagrodzeniach, liczbie pracujących, aktywach, nakładach na nowe środki trwałe oraz wartościach niematerialnych i prawnych. Podobnie jak w badaniu IBRKK uwzględniamy tylko przedsiębiorstwa zatrudniające 10 i więcej osób.

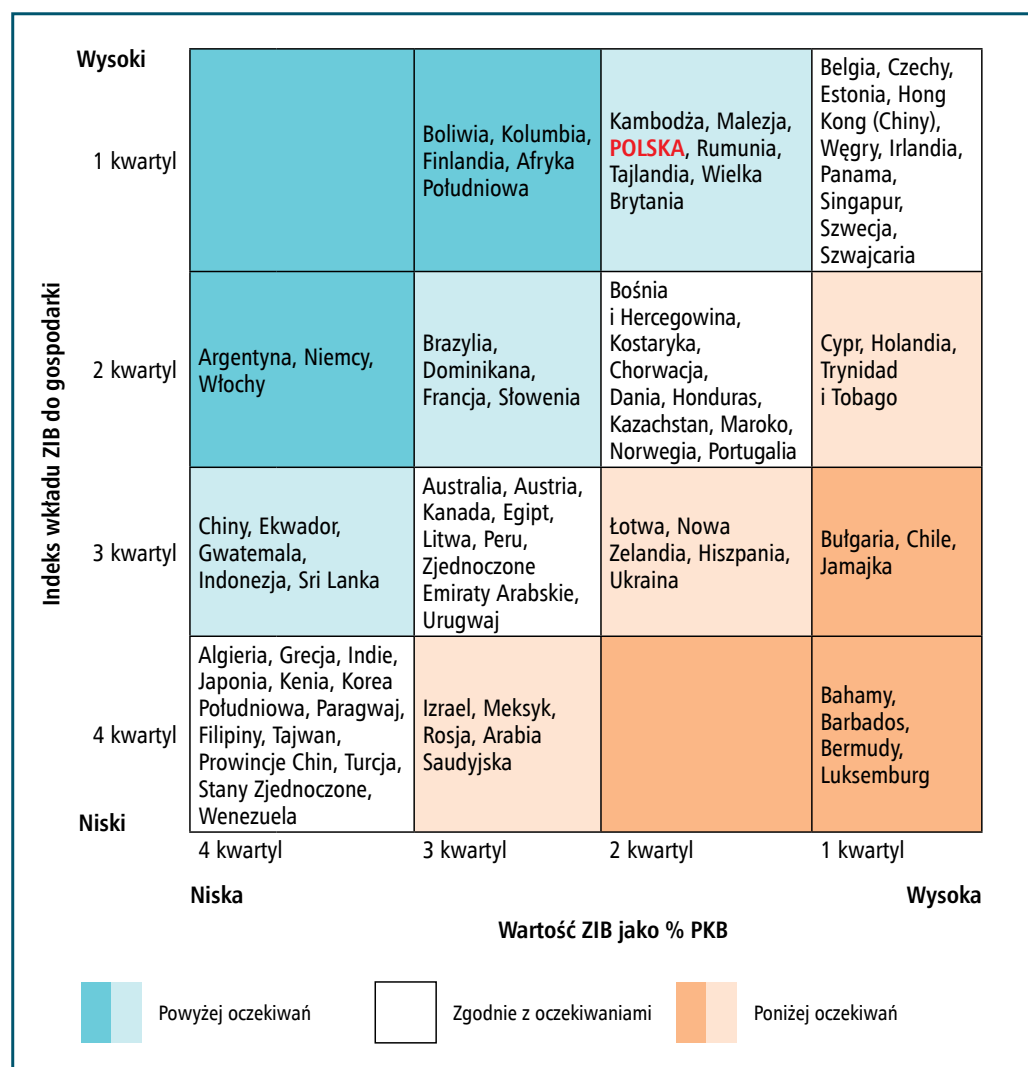


Rysunek VI.4. Procentowy udział firm z większością kapitałem zagranicznym w polskim sektorze przedsiębiorstw zatrudniających 10 i więcej osób w 2012 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS. Zob. tabela 8 (Aneks).

tabela 8, Aneks). Obliczony syntetyczny wskaźnik udziału firm z kapitałem zagranicznym był niższy niż w badaniu IBRKK i wynosił 31%. Udział ten był jednak bardzo zróżnicowany w poszczególnych sektorach gospodarki. W przetwórstwie przemysłowym wynosił 47%, a w pozostałych gałęziach tylko 23%. W przemyśle przetwórczym filie międzynarodowych korporacji realizowały 63% eksportu, ponad połowę wartości dodanej, nakładów na nowe środki trwałe oraz nakładów na wartości niematerialne i prawne w polskim przemyśle.

Jak ocenić znaczenie firm kontrolowanych przez kapitał zagraniczny w polskiej gospodarce na tle tendencji ogólnoświatowych? Możemy się tu



Rysunek VI.5. Macierz wkładu ZIB do gospodarek poszczególnych krajów w powiązaniu z relacją skumulowanej wartości ZIB do PKB w 2011 r.

Źródło: UNCTAD (2012, s. 35).

posłużyć indykatywnym wskaźnikiem wpływu zagranicznych inwestycji bezpośrednich wprowadzonym przez UNCTAD w 2012 roku (FDI Contribution Index) (UNCTAD, 2012). Za jego pomocą stworzona została „mapa”, na której zlokalizowano 79 krajów, biorąc po uwagę skumulowaną wartość zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) w relacji do PKB oraz uśredniony wskaźnik udziału firm zagranicznych w 7 dziedzinach: tworzeniu wartości dodanej, zatrudnieniu, eksporcie, wpływach z podatków, wynagrodzeniach, nakładach na B+R oraz nakładach inwestycyjnych. Objęte badaniem kraje zostały podzielone w obydwu wymiarach na kwartyle (rysunek VI.5).

W większości krajów występuje oczekiwana zależność, że określonemu poziomowi wartości zagranicznych inwestycji bezpośrednich w relacji do PKB towarzyszy odpowiednio wysoki udział firm zagranicznych w gospodarce (białe pola). W sporej grupie krajów efekty ZIB są jednak relatywnie niższe (kolor pomarańczowy), a w podobnej liczebnie grupie są wyższe (kolor niebieski). W tej ostatniej grupie znajduje się Polska, będąc w ścisłej czołówce światowej jeśli chodzi o uzyskiwane efekty, podczas gdy wartość zagranicznych inwestycji bezpośrednich w relacji do PKB lokuje nas dopiero w drugim kwartyle.

Wokół udziału kapitału zagranicznego w procesie polskiej transformacji toczą się ostre spory. Wachlarz poglądów jest bardzo szeroki: od podkreślania nieuchronności szybkiego wejścia obcego kapitału w dobie transformacji i generalnie pozytywnej oceny jego roli w polskiej gospodarce, po totalną krytykę rabunkowej wyprzedaży majątku narodowego, co miało doprowadzić do faktycznej deindustrializacji polskiej gospodarki⁶. Widząc emocje towarzyszące wspomnianej debacie, można oczekiwać, że kwestia ta przez długie lata będzie zajmowała uwagę historyków procesu transformacji ustrojowej. Jeśli natomiast chodzi o współczesne wyzwania polityki gospodarczej, to dotyczą one eliminacji potencjalnych zagrożeń oraz maksymalizacji efektów tak znacznego udziału zagranicznego kapitału dla gospodarki jako całości, w tym zwłaszcza dla mniejszych, lokalnych firm. W tym ostatnim przypadku mamy na myśli powiązania kooperacyjne, zwiększające tzw. efekty rozpryskowe zagranicznych inwestycji zagranicznych. Omówimy je w podrozdziale VI.7.

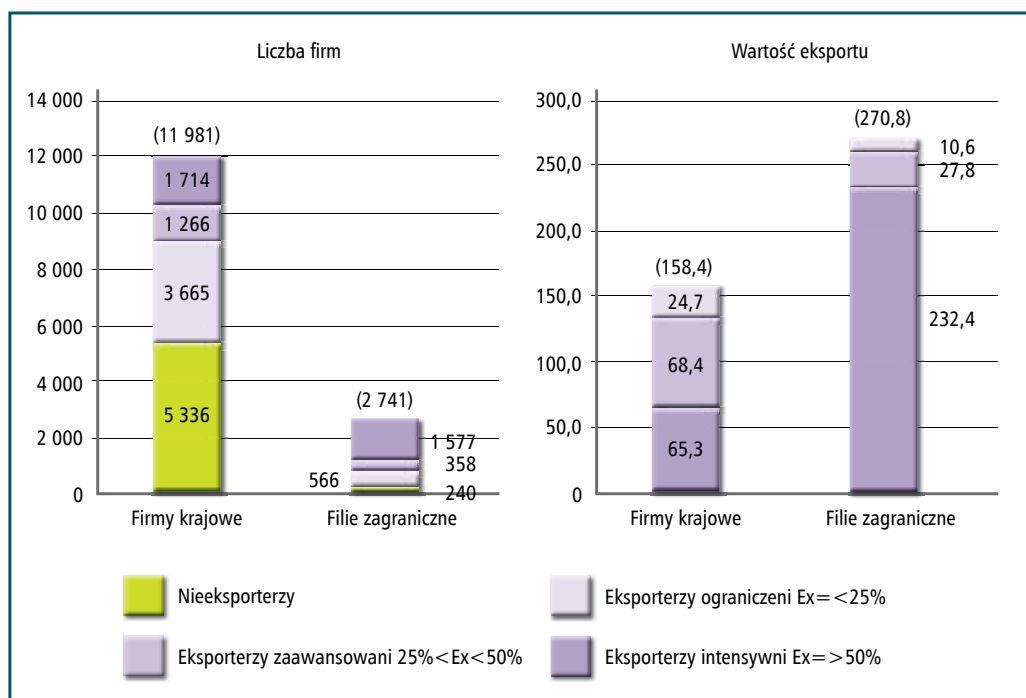
⁶ Charakterystyczne dla tego kierunku myślenia są poglądy W. Kieżuna (2012).

5. Intensywność i dynamika zaangażowania eksportowego polskich przedsiębiorstw

5.1. Zróżnicowanie polskich przedsiębiorstw ze względu na udział eksportu w sprzedaży

Z perspektywy konkretnego przedsiębiorstwa ważny jest nie tylko sam fakt zaangażowania eksportowego, ale także jego intensywność, czyli udział sprzedaży zagranicznej w całkowitych przychodach firmy. W analizie empirycznej skupimy się na sektorze przetwórstwa przemysłowego, ze względu na istotną rolę wyrobów przemysłowych w strukturze polskiego eksportu towarowego (95%) oraz całego eksportu (towary plus usługi) (79%) (GUS, 2013c, s. 91, 208). Wobec znaczącej roli firm kontrolowanych przez kapitał zagraniczny w polskim eksporcie, dokonujemy analizy porównawczej tej grupy z firmami kontrolowanymi przez kapitał krajowy.

Rysunek VI.6 pokazuje zróżnicowanie populacji przedsiębiorstw o liczbie pracujących 10 i więcej osób w 2012 r., działających w przemyśle



Rysunek VI.6. Struktura podmiotowa polskiego eksportu przemysłowego według intensywności eksportu i własności (liczba firm i wartość eksportu w 2012 r. w mld PLN)

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS. Zob. tabela 9 (Aneks).

przetwórczym. W pierwszej kolejności zwraca uwagę znacząca liczba podmiotów krajowych niebędących eksporterami – 47% – podczas gdy ten sam odsetek w przypadku firm zagranicznych wynosił tylko 9%.

Tym, co zdecydowanie wyróżnia sektor kontrolowany przez kapitał zagraniczny od firm krajowych, jest znaczący udział eksporterów intensywnych (kierujących na rynki międzynarodowe ponad 50% sprzedaży). W efekcie, mimo znacznie mniejszej liczby eksporterów firmy z kapitałem zagranicznym, realizują 63% polskiego eksportu przemysłowego. Tak więc w przypadku polskiej gospodarki wspomniane dwa wymiary internacjonalizacji – zewnętrzna kontrola kapitałowa oraz intensywność eksportu – są ze sobą ściśle powiązane.

Bardziej szczegółową „mapę” polskich eksporterów w przemyśle przetwórczym w 2012 r., z uwzględnieniem oprócz intensywności eksportu i kontroli własności także rozmiarów przedsiębiorstwa ilustrują rysunek VI.7 oraz tabela 9 (Aneks). Tu generalna tendencja jest wyraźna. Prawie 55% polskiego eksportu przemysłowego w 2012 r. pochodziło tylko z jednej grupy: 658 firm dużych, a jednocześnie wysoce zinternacjonalizowanych (kolor ciemnoniebieski). W tym segmencie obserwujemy wyraźną dominację firm z udziałem zagranicznym (406 firm), które same generowały 46% eksportu przemysłowego. W strukturze podmiotowej tego eksportu liczą się jeszcze dwie grupy: średnie firmy wysoce zinternacjonalizowane oraz duże firmy eksportujące w przedziale 25–50% sprzedaży. Warto też zwrócić

		Liczba pracujących					
		10–49		50–249		250+	
Intensywność eksportu %	> 50%	2%	1%	5%	7%	9%	46%
		K	Z	K	Z	K	Z
		609	491	853	680	252	406
	25–50%	Wszystkie pozostałe				13%	5%
		9%	4%	K	Z	155	94
	do 25%	K	Z				
4 776		830					

K – firmy z kapitałem krajowym, Z – firmy z większościami udziałem zagranicznym

Rysunek VI.7. Mapa polskiego eksportu przemysłowego w 2012 r. (liczba firm oraz % wartości eksportu)

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS. Zob. tabela 9 (Aneks).

uwagę na liczną (1100) grupę wysoce zinternacjonalizowanych firm, zatrudniających do 49 pracowników. Ich udział w eksporcie stanowi zaledwie 3%, ale właśnie ta grupa stanowi potencjalne zaplecze dla powiększenia liczby średnich i dużych intensywnych eksporterów w przyszłości.

Dla strategii rozwoju polskiego eksportu wniosek, jaki nasuwa się na podstawie dotychczasowej analizy, jest dość klarowny. Realne przyrosty wolumenu eksportu będą zależały od tego, jak szybko eksportujące firmy będą się przesuwaly w kierunku górnego prawego rogu „mapy” eksportu, a więc zwiększały równoległe skalę działania oraz intensywność eksportu (jego udział w sprzedaży ogółem). Jeśli chcemy zmniejszyć sygnalizowaną wcześniej dominację firm zagranicznych w eksporcie, powyższe zmiany muszą być szczególnie silne w przypadku krajowych eksporterów.

5.2. Eksport jako dźwignia rozwoju przedsiębiorstw

Otwarcie się na rynki międzynarodowe to niewątpliwie szansa na przyspieszony rozwój firmy, zwłaszcza gdy na lokalnym rynku dalsze możliwości zwiększenia sprzedaży są ograniczone. Takie wyjście łączy się zazwyczaj z dodatkowymi korzyściami – poprawą efektywności ze względu na przyspieszoną asymilację wiedzy i doświadczenia (ang. *learning by exporting*). Ten proces uczenia się jest tym szybszy i bardziej efektywny, im wyższa jest intensywność eksportu, czyli jego udział w sprzedaży ogółem.

W podrozdziale IV.4 omawialiśmy znaczenie firm dynamicznych w polskiej gospodarce. Przypomnijmy, że chodzi tu o firmy realizujące przyrost sprzedaży i/lub zatrudnienia przez okres 3 lat w tempie minimum 20% rocznie. Czy i w jakim zakresie to właśnie eksport stanowi dźwignię rozwoju tej grupy?

Dostępne dane dotyczące 3-letniego okresu 2009–2012 (rok 2009 traktowany jest jako bazowy) pozwalają wyodrębnić te firmy dynamiczne, w których eksport rośnie szybciej niż sprzedaż krajowa i takie, które skupiają się na rynku krajowym. Mimo że 2245 firm dynamicznych (kryterium sprzedaży) stanowiło 19% całej populacji eksporterów, to w 2012 generowały one ponad 1/3 wpływów z eksportu przetwórstwa przemysłowego w Polsce. Pełniejszy obraz struktury firm dynamicznych uzyskujemy, gdy uwzględnimy aspekty własnościowe (rysunek VI.8 oraz tabela 10, Aneks). Dynamicznych firm krajowych było trzykrotnie więcej niż kontrolowanych przez kapitał zagraniczny. Choć były one w większym stopniu zorientowane na rynek lokalny, to jednak ich udział w eksporcie był znaczący. Na szczególną uwagę zasługuje stosunkowo nieliczna grupa (82) dużych krajowych przedsiębiorstw, które szybko się rozwijają, a jako dźwignię wykorzystują eksport. Ich udział w wartości eksportu całej grupy firm dynamicznych jest bardzo znaczący.

Powyższe tendencje należy ocenić pozytywnie, zwłaszcza że w podobnych badaniach prowadzonych w latach 2004–2010 wśród dynamicznych eksporterów dominowały zagraniczne filie. Prezentowane dane wskazują na proces kształtowania się czołówki polskich globalnych liderów. Do kwestii tej powrócimy w podrozdziale VI.7.

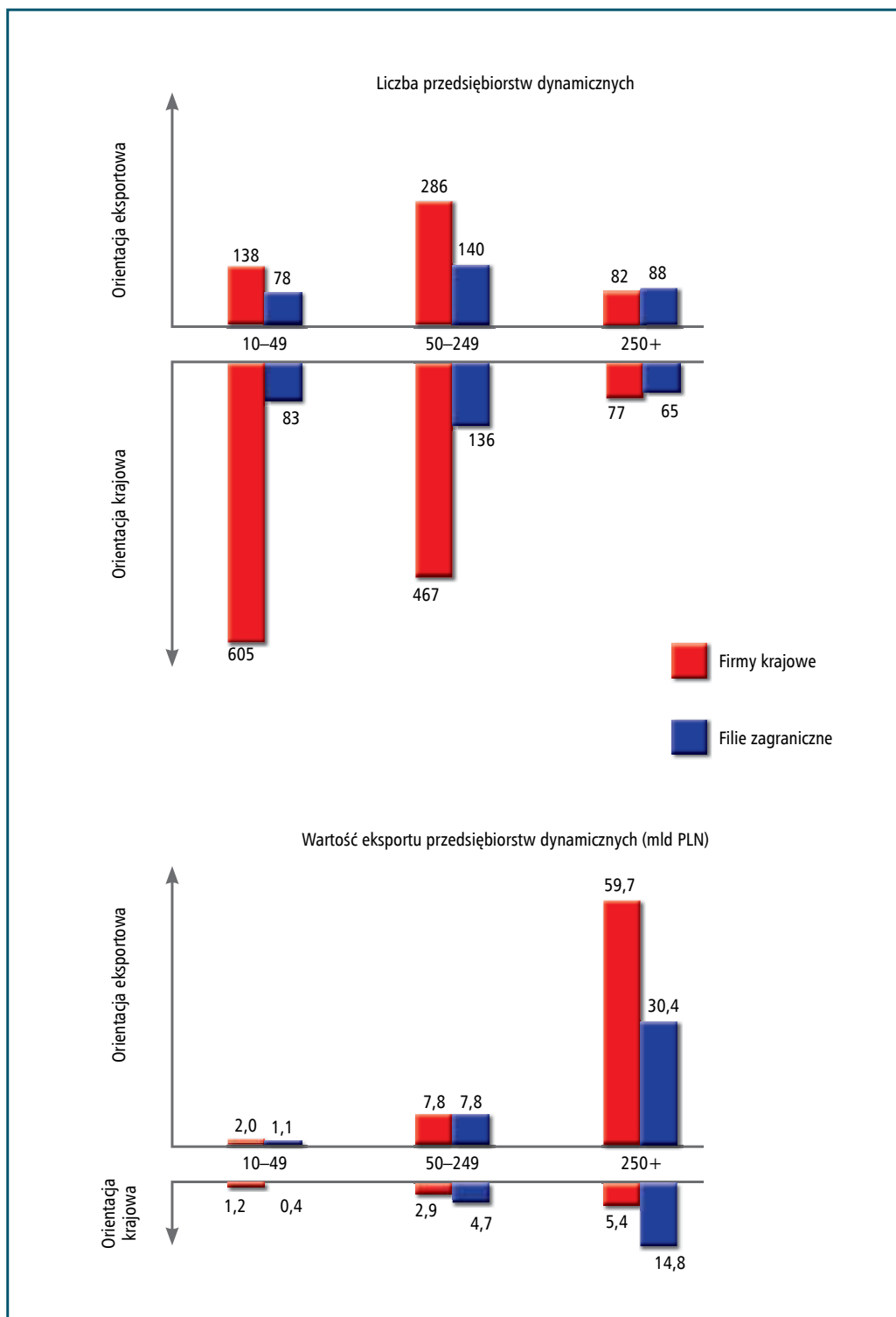
6. Międzynarodowy wymiar innowacyjnej przedsiębiorczości

W niniejszym punkcie omówimy pokrótce możliwości łączenia procesów innowacyjnych z internacjonalizacją przedsiębiorstw. Dla młodych firm działających w obszarze zaawansowanych technologii (w tym akademickich firm odpryskowych) wczesne wyjście na rynki międzynarodowe jest czynnikiem warunkującym sukces. Z kolei „łowcy rozprysków” i proaktywni imitatorzy mogą skorzystać ze szczególnego rodzaju efektów rozpryskowych, jakie towarzyszą zagranicznym inwestycjom bezpośrednim (ZIB), a także angażować się w tzw. pośrednią internacjonalizację kooperacyjną.

6.1. Internacjonalizacja młodych firm w obszarze zaawansowanych technologii

Technologiczne start-upy to szczególna kategoria podmiotów uczestniczących we współpracy międzynarodowej. Z racji nowatorstwa produktów wprowadzanych do obrotu muszą one poszukiwać odbiorców i partnerów na rynkach krajów wysoko rozwiniętych, w tym zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych. Mimo niepewności co do ostatecznego wyniku, krótko po uruchomieniu, a nawet w fazie przygotowawczej, muszą też podjąć niezbędne działania w celu zapewnienia ochrony patentowej w skali międzynarodowej, nawiązać więzi kooperacyjne w sferze B+R ze strategicznymi partnerami, a nierzadko utworzyć filię bądź oddział zagraniczny. Ze względu na fakt, że projekty bazujące na zaawansowanych technologiach są obciążone bardzo wysokim ryzykiem, kolosalną rolę odgrywa budowa reputacji i wizerunku, zwłaszcza jeśli mamy do czynienia z firmą pochodzącą z Polski, a więc z „odległego” kraju. Kooperacja z globalnymi koncernami czy posiadanie własnej firmy w Dolinie Krzemowej niewątpliwie wzmacnia ten wizerunek.

Ze względu na istotne znaczenie wczesnego wejścia firm high-tech na rynki międzynarodowe w wielu krajach w ramach polityki proinnowacyjnej wdrażane są specjalne instrumenty wsparcia w tym obszarze. W ostatnich



Rysunek VI.8. Liczba przedsiębiorstwa dynamicznych i wartość eksportu, według klas wielkości w przemyśle przetwórczym w 2012 r. (kryterium sprzedaży)

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS. Zob. tabela 10 (Aneks).

latach tego typu działania są podejmowane także w Polsce. Młodzi innowacyjni przedsiębiorcy mogą uzyskać dofinansowanie kosztów międzynarodowej ochrony patentowej. Najbardziej zaawansowane formy dotyczą wspierania bezpośredniej obecności polskich firm high-tech w Dolinie Krzemowej i innych światowych centrach technologicznych⁷.

Doświadczenia innych krajów (szczególnie skandynawskich) wskazują jednak, że tego typu wsparcie powinno mieć charakter kompleksowy. Chodzi między innymi o rozwój usług doradczych w dziedzinie internacjonalizacji, adresowanych do młodych przedsiębiorców high-tech, ulokowanych w parkach i inkubatorach technologicznych. Dla najlepszych powinny być organizowane programy szkoleniowo-doradcze na szczeblu krajowym. To pozwoliłoby wyłonić ścisłą czołówkę firm, które uzyskiwałyby wsparcie w realizacji najbardziej zaawansowanych form aktywności międzynarodowej (tworzenie własnych oddziałów i filii, kooperacja B+R, zaangażowanie kapitałowe zagranicznych partnerów itp.)⁸.

6.2. Efekty rozpryskowe zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB)

Oddziaływanie sektora kontrolowanego przez kapitał zagraniczny na firmy lokalne to jedna z najbardziej kontrowersyjnych kwestii, dyskutowanych w literaturze przedmiotu. Można tu spotkać skrajne poglądy: od akcentowania destrukcyjnej roli obcego kapitału po entuzjastyczne oceny wpływu firm z udziałem zagranicznym na rozwój lokalnej przedsiębiorczości. Także wyniki badań empirycznych w tej dziedzinie są bardzo niejednoznaczne⁹.

W ostatnich kilkunastu latach obserwujemy zwrot w kierunku bardziej wyważonego podejścia, które zakłada, że negatywne skutki można w dużym stopniu ograniczyć, a jednocześnie lokalne przedsiębiorstwa mogą osiągnąć znaczące korzyści, wchodząc w różnego rodzaju relacje z filiami zagranicznych korporacji. Na szczególną uwagę zasługują możliwości uzyskania tzw. efektów rozpryskowych zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB).

W podrozdziale V.1 omawialiśmy efekty rozpryskowe – „darmowe” korzyści dla firm na niższym poziomie zaawansowania technologicznego w wyniku naturalnej dyfuzji (imitacji) rozwiązań wdrożonych przez liderów technologicznych w konkretnych branżach. Jak pokazują praktyczne

⁷ Można tu wymienić program Go_Global.Pl realizowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBiR) oraz Most technologiczny realizowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

⁸ Szersze omówienie problematyki internacjonalizacji, a także koncepcję kompleksowego programu wsparcia młodych innowacyjnych firm można znaleźć w publikacji opracowanej przez autora na zlecenie PARP (Cieślak i Nikk, 2011).

⁹ Przegląd kierunków badań i najważniejszych ustaleń zawiera artykuł M. Goryni i in. (2006).

doświadczenia, zwłaszcza w krajach na niższym poziomie rozwoju, filie zagranicznych koncernów mogą być ważnym źródłem takich „darmowych” efektów dla mniejszych, lokalnych firm. Decyduje o tym wysoki poziom technologiczny i organizacyjny zagranicznych filii, a jednocześnie fakt, że pozostają niejako „w zasięgu ręki” krajowych kooperantów. To powoduje, że asymilacja nowoczesnych technologii i rozwiązań organizacyjnych przebiega w sposób naturalny i ma często charakter bardziej reaktywny niż proaktywny. Zaangażowanie się lokalnych firm w dostawy materiałów, podzespołów czy specjalistycznych usług wymaga, a nierzadko wymusza, wdrożenie zaawansowanych procesów technologicznych i nowoczesnych metod zarządzania.

Nawet przy braku bezpośrednich relacji biznesowych lokalni przedsiębiorcy odbierają silne bodźce skłaniające do wdrażania innowacji, choćby w wyniku podpatrywania sposobów działania filii zagranicznych, zwłaszcza gdy ich oferta stanowi bezpośrednią konkurencję dla lokalnych wyrobów. Pojawienie się restauracji działającej w międzynarodowym systemie franczyzowym może skłonić właściciela lokalnej pizzerii do ujednoczenia ubioru pracowników, lepszego graficznego oznakowania firmy i jej wyrobów czy rozszerzenia oferty (dostawa pizzy do domu).

Chcąc zmodernizować procesy technologiczne, zarządzanie czy marketing, lokalne firmy decydują się często na zatrudnienie wykształconych kadr z wieloletnim doświadczeniem pracy w zagranicznych korporacjach. Tu jednak mamy często do czynienia z odwrotną tendencją do „wysysania” przez zagraniczne filie wykwalifikowanych kadr, głównie przez oferowanie wysokich zarobków i dodatkowych świadczeń. Lokalne firmy nie są w stanie sprostać takiej konkurencji.

W literaturze przedmiotu panuje zgodność, że efekty rozpryskowe zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB) ujawniają się w pierwszej kolejności w krajach na średnim poziomie rozwoju, gdzie zdolność do absorpcji przez lokalne firmy jest relatywnie duża (Zhang i in., 2010). Stąd wiele krajów „doganiających” podejmuje różnokierunkowe działania, by zmaksymalizować efekty rozpryskowe (UNCTAD, 2010b; 2011), traktując na preferencyjnych zasadach takie projekty zagranicznych inwestorów, które zakładają szerokie powiązania kooperacyjne z lokalnym biznesem. Równolegle udziela się wszechstronnego wsparcia dla krajowych przedsiębiorstw, by lepiej je przygotować do asymilacji „rozprysków” technologicznych od zagranicznych koncernów.

Jeśli chodzi o skalę efektów rozpryskowych ZIB w Polsce, to ten aspekt funkcjonowania filii zagranicznych korporacji jest, jak dotąd, słabo rozpoznany w badaniach (Gorynia i Samelak, 2013). Pewne wycinkowe analizy pokazują jednak, że mogą być one znaczące w takich obszarach jak dostęp do nowych technologii i rozwiązań organizacyjnych, wyższa jakość

i efektywność wymuszona presją konkurencji, a także poziomem kwalifikacji kadry kierowniczej (Gorynia i in., 2006). Współcześnie, gdy skala podejmowania dużych projektów inwestycyjnych z udziałem zagranicznym została znacznie ograniczona, większego znaczenia nabierają zarówno pośrednie efekty komercyjnego transferu technologii, jak i „darmowych” efektów rozpryskowe ZIB. Z pewnością jest to ważny kierunek polityki państwa wobec kapitału zagranicznego, zaś pierwszym krokiem powinna być pogłębiona analiza tego zjawiska w naszej gospodarce.

6.3. Pośrednia internacjonalizacja kooperacyjna

Efekty rozpryskowe ZIB występują ze szczególną intensywnością w przypadku zaawansowanych powiązań kooperacyjnych, gdy krajowa firma zostaje włączona w proces wdrażania nowych produktów w ramach międzynarodowego koncernu. Otwiera to pole dla szczególnej formy umiędzynarodowienia – pośredniej internacjonalizacji kooperacyjnej (*intermediated internationalization*). Nie należy jej mylić z eksportem pośrednim, traktowanym jako najniższa forma zaangażowania międzynarodowego, gdzie lokalny dostawca, nie dysponując odpowiednim potencjałem kadrowym, finansowym i organizacyjnym, przekazuje towar lokalnemu pośrednikowi, który następnie zajmuje się jego wysyłką za granicę.

W przypadku pośredniej internacjonalizacji kooperacyjnej lokalny dostawca decyduje się na rozszerzenie skali działania poprzez wykorzystanie sieci dystrybucyjnej globalnej korporacji, z którą współpracuje w kraju. Staje się w ten sposób eksporterem pośrednim, a jego produkty docierają do zagranicznych odbiorców za pośrednictwem wspomnianej sieci, stanowiąc najczęściej elementy składowe szerszej oferty. Taki wybór nie jest przejawem słabości, lecz trzeźwej kalkulacji. Niższe koszty internacjonalizacji kooperacyjnej w porównaniu do bezpośredniej sprzedaży eksportowej konfrontowane są z zagrożeniami, jakie wiążą się z tak silną zależnością od zdecydowanie silniejszego partnera. Chodzi zwłaszcza o ryzyko przechwytywania wartości dodanej przez zagranicznego partnera, a także niebezpieczeństwo wycofania się ze współpracy. Ryzyko to można w pewnym zakresie ograniczyć, dbając, by negatywne skutki zaniechania współpracy były także dotkliwe dla kontrahenta (Ács i Terjesen, 2013).

Aktualnie bardzo niewiele wiemy na temat zjawiska pośredniej internacjonalizacji kooperacyjnej w Polsce. Ze względu na skalę inwestycji bezpośrednich w naszej gospodarce, może to być atrakcyjna forma umiędzynarodowienia dla wielu, zaawansowanych technologicznie krajowych firm. Interesującym przykładem funkcjonowania struktur organizacyjnych, stymulujących tego typu procesy jest utworzony w 2003 r. na Podkarpaciu Klaster „Stowarzyszenie Grupy Przedsiębiorców Przemysłu Lotniczego

Dolina Lotnicza". Powstał on z inicjatywy WSK PZL-Rzeszów, przedsiębiorstwa kontrolowanego przez amerykańską korporację United Technologies, w której skład wchodzi światowej klasy producent silników lotniczych Pratt & Whitney. Aktualnie w Klastrze działa ponad 100 firm, w tym znaczna grupa małych podmiotów z kapitałem krajowym. Wiele przejawów współpracy między przedsiębiorstwami w ramach Klastra mieści się w formule pośredniej internacjonalizacji kooperacyjnej.

7. Polskie firmy globalne

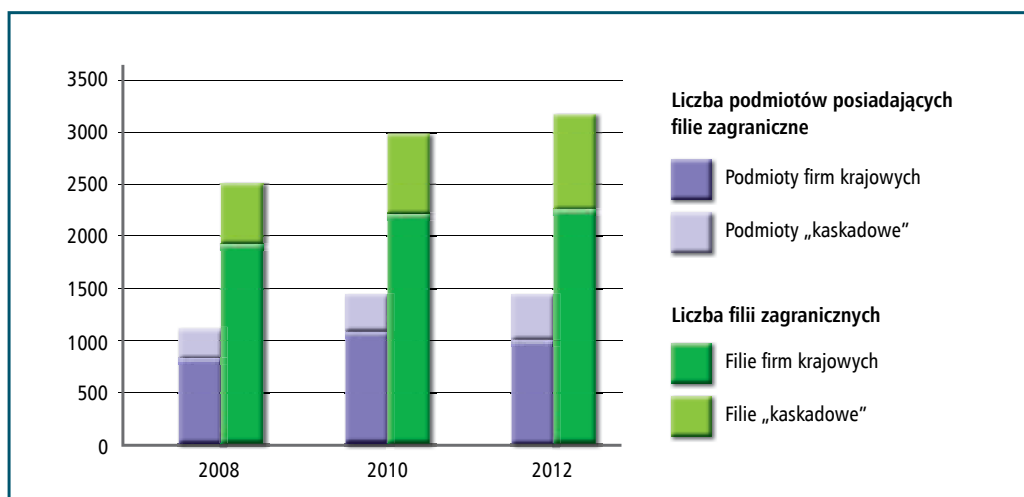
7.1. Zagraniczne inwestycje bezpośrednie polskich firm

Wyraźnie niższy poziom produktywności i wyposażenia w czynniki produkcji krajowych eksporterów w porównaniu do filii zagranicznych nie wyjaśnia tak dużej przewagi tych ostatnich w polskim eksporcie przemysłowych. Istotnym czynnikiem różnicującym jest dostęp do światowej sieci dystrybucji eksportowanych wyrobów. Dla filii dużych korporacji transnarodowych eksport z Polski to w istocie sprzedaż wewnątrzfirmowa. Towary przekazywane są do międzynarodowej sieci dystrybucji przy minimalnym zaangażowaniu dostawcy.

Natomiast krajowi eksporterzy muszą często korzystać z zagranicznych agentów lub dystrybutorów na poszczególnych rynkach. Od pewnego poziomu zaangażowania pojawia się jednak potrzeba budowania własnej sieci handlowej i produkcyjno-handlowej przez czołowych krajowych eksporterów. Po osiągnięciu znaczącego wolumenu sprzedaży na ważnych rynkach, brak własnej sieci może bowiem ograniczać możliwości dalszej ekspansji. Wtedy pojawia się także niebezpieczeństwo przechwytywania przez zagranicznych agentów i dystrybutorów znacznej części marży, co, rzecz jasna, obniża rentowność sprzedaży eksportowej dla polskiego dostawcy.

W takiej sytuacji atrakcyjnym wariantem jest zorganizowanie własnej sieci dystrybucji, a w dalszej perspektywie uruchomienie produkcji w kraju importera, co z kolei wymaga utworzenia zagranicznej filii lub oddziału. Poza osiągnięciem korzyści natury ekonomicznej liczy się też efekt wizerunkowy. Zarówno konsumenci, kontrahenci, jak i przedstawiciele lokalnej administracji oczekują, że firma zagraniczna o znaczącej sprzedaży posiada w danym kraju własne przedsiębiorstwo afiliowane bądź przynajmniej przedstawicielstwo.

Jak dotąd, tylko nieliczne polskie firmy podjęły wysiłek budowania własnej sieci handlowej, a bardzo nieliczne podejmują działalność produkcyjną



Rysunek VI.9. Filie i oddziały firm polskich za granicą w latach 2008–2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS.

czy budowlano-montażową. Rysunek VI.9 oraz dane w tabeli 10 (Aneks) ilustrują skalę i dynamikę tej aktywności. Na koniec 2012 r. łącznie 1437 polskich podmiotów gospodarczych posiadało prawie 3194 filie i oddziały zagraniczne. Przypomnijmy, że w tym samym roku liczba filii i oddziałów zagranicznych firm w Polsce przekroczyła 25 tys., a więc była 8-krotnie większa.

Dokładniejsza analiza pokazuje, że sporą część (prawie 30%) zagranicznych filii i oddziałów stanowiły inwestycje, które można określić jako „kaskadowe”. Są to filie zarejestrowanych w Polsce podmiotów, które same są filiami zagranicznych korporacji. Motywy, dla których centrala korporacji, np. w Niemczech decyduje się na inwestycje w Rosji za pośrednictwem swojej filii zlokalizowanej w Polsce mogą być zróżnicowane. Może to być przejawem własnej inicjatywy polskiej filii, ale też może wskazywać, że w Polsce tworzone są regionalne centra koordynujące działalność globalnych koncernów w Europie Środkowo-Wschodniej. Na obecnym etapie trudno formułować szczegółowe wnioski, gdyż zjawisko „kaskadowych” inwestycji zagranicznych, jest, jak dotąd, słabo rozpoznane¹⁰.

Jeśli potraktujemy filie „kaskadowe” jako przejaw aktywności firm zagranicznych, a nie polskich, skala nierównowagi między inwestycjami przychodzącymi i wychodzącymi z Polski będzie jeszcze większa (tabela 11, Aneks). Biorąc pod uwagę liczbę podmiotów afiliowanych, przewaga jest prawie dwunastokrotna, zaś jeśli chodzi o liczbę pracujących – 16-krotna. Trzeba wyraźnie podkreślić, że istotne zniwelowanie tego dystansu nie jest

¹⁰ W tej grupie mogą się także znajdować filie polskich grup kapitałowych, które ze względów organizacyjnych i/lub podatkowych przeniosły główną siedzibę poza teren Polski.

możliwe w krótkiej czy nawet średniej perspektywie, także dlatego, że podział na kraje, które są eksporterami i importerami kapitału, ma głębokie korzenie historyczne. Natomiast doświadczenia krajów skandynawskich, takich jak Szwecja, Dania czy Finlandia, pokazują, że przez rozbudowaną sieć przedsiębiorstw afiliowanych można stosunkowo szybko przekształcić czołowe krajowe przedsiębiorstwa w międzynarodowe firmy o zasięgu regionalnym, a nawet globalnym.

7.2. Od eksporterów i inwestorów do polskich globalnych liderów

Jednym z kryteriów określających pozycję kraju na światowym rynku jest liczba globalnych korporacji o rodzimych korzeniach. Stanowią wizytówkę dla kraju macierzystego, jak chociażby Siemens dla Niemiec, Fiat dla Włoch, czy Samsung dla Korei Południowej. Choć tylko nieliczne są bezpośrednio kontrolowane przez państwo, w pewnym zakresie, rządy krajów macierzystych mogą wpływać na „swoich” globalnych liderów, np. jeśli chodzi o lokalizację produkcji i inwestycji.

Z tego względu, w krajach „doganiających”, takich jak Chiny, Brazylia, Indie, Rosja czy Meksyk dużą wagę przywiązuje się do tworzenia rodzimych globalnych koncernów (grup kapitałowych), a jako sukces traktuje się wprowadzenie jak największej liczby tego typu firm na listę „Fortune Global 500”.

Profesor H. Simon nie zgadza się z takim podejściem. Krajom wschodzącym, do których należy Polska, doradza, by nie ulegać „złudzeniu listy Fortune Global 500”. Szansa na wprowadzenie większej liczby rodzimych firm na tę listę jest niewielka, a nadmierna koncentracja potencjału eksportowego rodzi także zagrożenia (porażka giganta negatywnie wpływa na całą gospodarkę). Na podstawie przeprowadzonych badań międzynarodowych H. Simon udowadnia, że ponadprzeciętny sukces eksportowy Niemiec, a także Chin wynika z posiadania przez nie oprócz relatywnie niewielkiej liczby firm z listy „Fortune Global 500”, także globalnych „tajemniczych mistrzów” albo inaczej „liderów bez rozgłosu”¹¹. Liderzy ci charakteryzują się następującymi cechami (Simon, 2009):

- ➔ znaczącą, ale ograniczoną skalą działania. W przypadku ponad 2700 „tajemniczych mistrzów”, zidentyfikowanych przez H. Simona w różnych krajach (Simon, 2014), ich średnie obroty wynosiły

¹¹ Tłumaczenie *hidden champions* jako „tajemniczy mistrzowie” nie jest precyzyjne. Bardziej adekwatny wydaje się termin „liderzy bez rozgłosu”. To jednak nie znaczy, że tajemniczy mistrzowie obawiają się rozgłosu. Wręcz przeciwnie, starają się go osiągnąć, nie angażując większych środków na promocję. W dalszej analizie stosujemy bardziej neutralny termin „globalni liderzy” jako synonim „tajemniczych mistrzów”.

325 mln euro, zaś najmniejsze realizowały roczną sprzedaż na poziomie 5–10 mln euro. Z perspektywy rynku światowego są to więc „zglobalizowane średniaki”;

- ➔ pozycją w pierwszej trójce światowych dostawców bądź nr 1 na rodzimym kontynencie, z reguły w wąskiej niszowej dziedzinie;
- ➔ niskim poziomem obecności w świadomości publicznej. Ten trudny do skwantyfikowania warunek należy rozpatrywać w kilku płaszczyznach. „Liderzy bez rozgłosu” są najczęściej dostawcami wyspecjalizowanego sprzętu, a także podzespołów; w związku z tym informacja o ich dokonaniach nie dociera do szerszej publiczności. Firmy tego typu przywiązują mniejszą wagę do promocji własnej marki, upatrując swój sukces w wysokiej jakości wyrobów, konkurencyjnej cenie i ścisłej współpracy z odbiorcami.

Koncepcja H. Simona zasługuje ze wszech miar na uwagę w kontekście prowadzonej dyskusji na temat kreowania polskich firm o globalnym zasięgu określanych w publicystycznej dyskusji jako „narodowi czempioni”. Idea „narodowych czempionów” kojarzy się raczej z bezpośrednim zaangażowaniem kapitałowym państwa. Tymczasem kandydatami na „globalnych liderów” powinny być w pierwszej kolejności krajowe firmy prywatne, które już osiągnęły znaczące sukcesy na rynkach międzynarodowych.

Trzeba jednak podkreślić, że „zglobalizowane średniaki”, do których odwołuje się H. Simon, w warunkach polskich to przede wszystkim firmy duże. Przykładowo zidentyfikowana w ramach międzynarodowego projektu badawczego grupa 41 polskich globalnych liderów miała przeciętne przychody w 2011 r. na poziomie 1 mld PLN (Purg i Rant, 2011). Wśród nich znalazły się takie firmy jak Asecco, Fakro, Kler, Maspex, PESA, Selena i Solaris.

Posługując się prezentowaną wcześniej „mapą internacjonalizacji” (rysunek VI.7) i uwzględniając także sektor usług, oceniamy, że szeroka grupa potencjalnych polskich liderów liczy ok. 2000 podmiotów. Można wskazać na trzy grupy adresatów wsparcia w kierunku wykreowania polskich globalnych liderów (tabela 12, Aneks):

- ➔ Grupa 1 – 15% podmiotów. To firmy, które już osiągnęły znaczące rozmiary, a jednocześnie są wysoce zinternacjonalizowane.
- ➔ Grupa 2 – 50% podmiotów. Jest to bezpośrednio zaplecze dla Grupy 1. Obejmuje przedsiębiorstwa średnio-wysoko zinternacjonalizowane oraz duże średnio zinternacjonalizowane.

- ➔ Grupa 3 – 35% podmiotów. To małe, ale już wysoko zinternacjonalizowane. Włączenie ich do grupy potencjalnych globalnych liderów wydaje się ze wszech miar wskazane ze względu na już zdobyte doświadczenie międzynarodowe. Jeśli uzyskają one wsparcie w zakresie finansowym czy kadrowym, część z nich będzie w stanie rozwinąć operacje zagraniczne na znacznie szerszą skalę.

Nie wchodząc w szczegółowe kwestie dotyczące programu wspierania procesu globalizacji polskich przedsiębiorstw, warto wskazać na jeden istotny element – konieczność rozszerzenia sieci filii i oddziałów zagranicznych polskich przedsiębiorstw na najważniejszych rynkach. Bez tego dalszy szybki rozwój eksportu i szerzej przychodów z operacji międzynarodowych będzie utrudniony. Posiadanie sieci produkcyjno-handlowej zagranicą to także ważny czynnik poprawy opłacalności eksportu, gdyż przeciwdziała przechwytywaniu części zysków przez pośredników.

8. Podsumowanie

W obrocie międzynarodowym znaczenie segmentu MŚP jest znacznie mniejsze niż w działalności na rynku wewnętrznym. Światowy handel i inwestycje zagraniczne pozostają domeną dużych i bardzo dużych koncernów. W tych podmiotach operacje międzynarodowe stanowią wdzięczne pole dla przedsiębiorczości korporacyjnej, a więc wdrażania rozwiązań organizacyjnych, stymulujących postawy proaktywne, innowacyjne z elementami ryzyka wśród pracowników i kadry kierowniczej.

W świetle przeprowadzonej analizy można wskazać na cztery priorytetowe kierunki polityki wspierającej procesy umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Pierwszy to promocja orientacji międzynarodowej wśród młodych, ambitnych przedsiębiorców. W tym celu trzeba zaszczipać młodym przedsiębiorcom międzynarodowego „bakcyła” już w okresie rozruchu, a nawet jeszcze w fazie przygotowawczej. Można to osiągnąć stosunkowo niewielkimi nakładami, włączając problematykę eksportu i, szerzej, operacji zagranicznych do programu różnego rodzaju szkoleń i doradztwa dla młodych adeptów biznesu.

Drugi kierunek polityki obejmuje działania wspierające rozwój zaawansowanych technologicznie firm, poprzez włączenie dodatkowego „silnika”, jakim jest internacjonalizacja. Dyskutowane wcześniej działania obejmują wsparcie dla wychodzenia na rynki międzynarodowe technologicznych start-upów, a także upowszechnienie szczególnego know-how,

jakim jest umiejętność penetracji globalnego rynku technologii i wychwytywania interesujących niezagospodarowanych wynalazków, przez „łowców rozprysków”.

Po trzecie, bardzo duże zaangażowanie kapitału zagranicznego w polskiej gospodarce otwiera możliwości korzystania przez lokalne firmy z „rozprysków ZIB” (por. podrozdział VI.4). Tu należałoby rozpocząć od rozpoznania skali tego zjawiska w polskiej gospodarce, a w tym czynników stymulujących i hamujących wspomniane procesy. W ramach polityki przyciągania zagranicznych inwestorów, obok bezpośrednich efektów, takich jak liczba nowych miejsc pracy, należy w szerszym stopniu uwzględnić pośrednie efekty rozpryskowe.

Czwarty kierunek dotyczy globalizacji czołówki polskich firm. Ze względu na już osiągniętą pozycję na mapie gospodarczej świata Polska niewątpliwie potrzebuje globalnych liderów o silnych narodowych korzeniach. Zgodnie z wyliczeniami przedstawionymi w podrozdziale VI.7, takie możliwości występują w przypadku ok. 2000 polskich firm: dużych, średnich, ale także małych, które już aktywnie działają na rynkach międzynarodowych. Przy odpowiednim wsparciu mogłyby tą działalność rozwinąć, zarówno jeśli chodzi o wolumen, jak i dywersyfikację geograficzną.

W punkcie 5 niniejszego rozdziału zidentyfikowaliśmy interesujące zjawisko polegające na kształtowaniu się grupy dużych krajowych firm, które szybko się rozwijają, głównie dzięki eksportowi. Dominacja filii zagranicznych w eksporcie w niektórych branżach przemysłu budzi niepokój i rodzi potrzebę wzmocnienia „polskiej nogi”. By to nastąpiło krajowe firmy muszą rozwijać eksport szybciej niż te kontrolowane przez kapitał zagraniczny. Ważnym elementem działań wspierających w tym obszarze będzie pomoc udzielana dynamicznym firmom w tworzeniu sieci handlowej, a z czasem także produkcyjnej na istotnych rynkach.

Rozdział VII

Czy i jak wspierać
przedsiębiorczość?



W poprzednich rozdziałach analizowaliśmy makroekonomiczne skutki aktywności przedsiębiorczej, wskazując na konkretne działania w sferze polityki ekonomicznej, które pozwalałyby zwiększyć pożądane efekty, a także zminimalizować potencjalne zagrożenia dla gospodarki i społeczeństwa.

Obecnie zajmujemy się kwestią polityki przedsiębiorczości¹ w sposób bardziej kompleksowy, podejmując trzy ważne kwestie. Pierwsza to uzasadnienie dla angażowania się państwa w sferę przedsiębiorczości. Druga kwestia dotyczy celów, jakie władza publiczna zamierza osiągnąć, wdrażając różnorodne instrumenty polityki przedsiębiorczości. Jak pokazują doświadczenia praktyczne, cele te są zróżnicowane, a występujące między nimi zależności mogą mieć charakter synergiczny, neutralny, a niekiedy konkurencyjny.

W końcowej części rozdziału przedstawimy całościową koncepcję systemu wspierania przedsiębiorczości. Nawiązujemy tu do instytucjonalnego nurtu w polityce społeczno-gospodarczej, który zwraca uwagę, że o skuteczności w tym obszarze decydują nie tylko konkretne instrumenty i programy, lecz także zespół reguł i norm oraz organizacji wsparcia przedsiębiorczości, które poprzez odpowiedni podział zadań i współpracę tworzą koherentny system.

1. Motywy oddziaływania państwa na sektor przedsiębiorstw

W warunkach gospodarki rynkowej to przedsiębiorcy podejmują decyzje dotyczące prowadzonej działalności i ponoszą odpowiedzialność za skutki tych decyzji. Dlaczego państwo ma się angażować w procesy gospodarcze? Czy nie narusza to fundamentalnych zasad kapitalizmu? Wokół tych kwestii toczy się od kilkudziesięciu lat ożywiona dyskusja, której wybrane aspekty przedstawiamy poniżej.

¹ Używamy pojęcia „polityka przedsiębiorczości” jako szerszego terminu wobec pojęcia „polityka wspierania przedsiębiorczości” tak, by uwzględnić także przeciwdziałanie skutkom negatywnym, jak np. działanie w szarej strefie.

1.1. Zawodność rynku (*market failure*)

Potrzeba korekty zawodności (niesprawności) rynku to historycznie najstarszy argument na rzecz prowadzenia polityki przedsiębiorczości. Chodzi tu o strukturalne niedoskonałości mechanizmu rynkowego, blokujące dochodzenie do stanu równowagi, a tym samym uniemożliwiające efektywną alokację zasobów. Państwo musi interweniować w celu korygowania tego typu sytuacji.

W kontekście polityki przedsiębiorczości istotny przejaw zawodności rynku polega na tym, że w porównaniu do firm dużych i ustabilizowanych firmy małe, zwłaszcza te początkujące, znajdują się w szczególnie niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej². Kwintesencją takiego podejścia jest koncepcja „fundamentalnej słabości nowicjusza” (Stichcombe, 1965). Dlaczego tak duża liczba początkujących, małych firm nie może się utrzymać na rynku i przedwcześnie kończy działalność? Właśnie dlatego, że są małe i słabe. Dysponują niewielkimi zasobami rzeczowymi i finansowymi oraz ograniczonym kapitałem społecznym, niezbędnym, by pokonać początkową barierę nieufności odbiorców i kontrahentów. Podejmowane działania wspierające mają na celu pokonanie tego „zakłętego kręgu niemożności”. Dopiero po jego przerwaniu przedsiębiorstwa mogą sobie dalej radzić same.

Przyczyną zawodności jest także niedoskonała struktura rynku. Abstrahując od sytuacji skrajnych (monopol, duopol), w wielu gałęziach gospodarki mamy do czynienia ze strukturą oligopolistyczną, gdzie decydującą rolę odgrywa kilka, kilkanaście dużych podmiotów przy marginalnej pozycji wielu mniejszych firm.

Inną przyczyną niesprawności mechanizmu rynkowego rynku są ograniczenia w sferze przepływu informacji i trudności oceny potencjału ekonomicznego początkujących firm. Tak się dzieje na przykład w sferze finansowania, gdzie małe, początkujące firmy mają utrudniony dostęp do podstawowego zewnętrznego źródła finansowania, jakim jest kredyt bankowy. Banki komercyjne nie są bowiem w stanie ocenić perspektyw rozwojowych takich firm, ze względu na ich krótki staż. Remedium stanowią przeznaczone dla małych firm fundusze pożyczkowe i fundusze gwarancji kredytowych. Dzięki finansowemu wsparciu przedsiębiorstwo ma szansę rozwinąć działalność i z czasem uzyskać zdolność kredytową, a wtedy może liczyć na kredyt bankowy.

Po stronie mniejszych przedsiębiorców mamy z kolei do czynienia z ograniczoną skłonnością do korzystania z informacji, wiedzy i zewnętrznych usług doradczych. W rezultacie popyt na te usługi jest niższy niż wynikający

² Szersza prezentacja kwestii zawodności rynku wykracza poza ramy niniejszej książki. Zainteresowani czytelnicy mogą znaleźć pogłębioną analizę w monografii M. Gancarczyk (2010).

z realnych potrzeb biznesowych. Stąd ważną rolę w programach wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw odgrywają instytucje doradcze, świadczące specjalistyczne usługi bezpłatnie bądź za częściową odpłatnością. To nie zawsze działa, gdyż niechęć przedsiębiorców do sięgania po zewnętrznych doradców ma głębsze podłoże i wynika z naturalnych cech, takich jak dążenie do zachowania niezależności, a także przesadna wiara we własne siły i możliwości.

Szczególnym przejawem zawodności rynku są tzw. koszty transakcyjne związane z obsługą różnego typu kontraktów o charakterze zarówno wewnętrznym (umowy z pracownikami), jak i zewnętrznym (umowy z kontrahentami). W przypadku nowo powstałych firm dodatkowo dochodzą koszty uruchomienia działalności gospodarczej. By zminimalizować te koszty, wprowadzane są ułatwienia przy zakładaniu działalności gospodarczej, uproszczone formy rozliczeń podatkowych oraz sprawozdawczości statystycznej czy zmniejszenie obciążeń fiskalnych w pierwszym okresie funkcjonowania firmy.

Zawodność rynku stanowiła koronny argument przemawiający za wspieraniem przedsiębiorczości aż do końca ubiegłego wieku. Współcześnie jego znaczenie w debacie publicznej spadło. Cała koncepcja opierała się bowiem na założeniu, że przejawy zawodności dotyczą wycinkowych obszarów funkcjonowania rynku. Tymczasem na przełomie XX i XXI wieku wspomniana niesprawność ujawniła się w ważnym dla współczesnej gospodarki obszarze – wdrażania innowacji.

To, że rynek zawodzi w regulowaniu procesów innowacyjnych, wynika ze szczególnej cechy technologii, która jest dobrem quasi-publicznym. Z tego względu może ona być wielokrotnie stosowana w produkcji, generując pozytywne efekty rozpryskowe dla całej gospodarki, które omawialiśmy w rozdziale V. Występuje tu zatem wyraźny rozdźwięk między indywidualnym interesem podmiotu wdrażającego nowatorskie rozwiązanie a interesem gospodarki i społeczeństwa, na którego straży stoi państwo. W oczekiwaniu na znaczące korzyści makroekonomiczne państwo musi zatem finansować prace badawczo-rozwojowe, a także angażować w te prace instytucje publiczne (Mazzucato, 2013).

Natomiast jeśli chodzi o same korzyści z wdrażania innowacji, stosowne regulacje muszą zapewnić rozsądny kompromis między wynagrodzeniem twórców nowych technologii a interesem ogólnospołecznym. Wspomniany kompromis dotyczy rozwiązań w sferze ochrony własności intelektualnej, o czym pisaliśmy w rozdziale V.

1.2. Niesprawność systemowa

Ograniczona przydatność kategorii zawodności rynku skłoniła badaczy i polityków gospodarczych do poszukiwań alternatywnych koncepcji

dotyczących roli państwa we współczesnej gospodarce. Tu szczególnie obiecujące są próby oparte na podejściu systemowym. Mimo że odnoszą się one głównie do sfery polityki naukowej i komercjalizacji wiedzy, warto przytoczyć jego istotne elementy, ze względu na możliwość zastosowania ich w odniesieniu do polityki przedsiębiorczości.

Co powoduje, że proces tworzenia, komercjalizacji, a następnie dyfuzji innowacji w skali całej gospodarki przebiega sprawnie bądź też pojawiają się zakłócenia? Zgodnie z dominującym poglądem badaczy procesów innowacyjnych, decydującą rolę odgrywa istnienie zintegrowanego Narodowego Systemu Innowacji (NSI) (Metcalf i Ramlogan, 2008; Matusiak, 2011). Pod tym pojęciem rozumiemy interakcje między przedsiębiorstwami, ośrodkami badawczymi, uniwersytetami, instytucjami finansowymi i instytucjami publicznymi, uczestniczącymi w procesie kreowania i wdrażania innowacji. Wspomniane interakcje przebiegają w ramach sprzyjającego aktywności innowacyjnej systemu prawnego, a także kontraktów i nieformalnych reguł współpracy.

Argument niesprawności systemowej zakłada znacznie szerszy zakres angażowania się państwa, w porównaniu do działań korygujących zawodność rynku. Niesprawność systemowa może wynikać zarówno z braku współpracy między poszczególnymi elementami, jak i brakujących ważnych ogniw systemu. Przykładem takiego brakującego ogniwa mogą być parki technologiczne i dlatego w większości krajów wysoko rozwiniętych państwo odgrywa ważną rolę w ich powstawaniu.

W nawiązaniu do modelu NSI twórcy prezentowanego w podrozdziale III.7 Globalnego Indeksu Przedsiębiorczości i Rozwoju (GEDI) przedstawili koncepcję Narodowego Systemu Przedsiębiorczości (Ács i in., 2014). W tym podejściu zachowania przedsiębiorcze, będące wynikiem postaw, umiejętności i aspiracji, są warunkowane przez dojrzałość otoczenia instytucjonalnego.

Koncepcja Narodowego Systemu Przedsiębiorczości budzi wiele zastrzeżeń. Rozwiązania systemowe w dziedzinie tworzenia, komercjalizacji i dyfuzji innowacji można z pewnością odnieść do segmentu przedsiębiorczości high-tech, ale nie do całego sektora MŚP. Ponadto, jeśli chodzi o szczegółowe propozycje, wspomniani autorzy zaadaptowali wcześniej opracowaną metodę wielokryterijnego pomiaru aktywności przedsiębiorczej – Indeks GEDI. Związek wspomnianej metody z podejściem systemowym jest jednak niejasny, a ponadto wątpliwości budzi wykorzystanie wyników badań GEM jako podstawy empirycznej, na co zwracaliśmy uwagę w podrozdziale III.3.

Podejście systemowe z pewnością może i powinno być jednak zastosowane w polityce przedsiębiorczości. Chodzi tu o stworzenie klarownych reguł gry oraz funkcjonowanie rozmaitych instytucji, działających

w sposób skoordynowany. Mowa tu o agendach rządowych, ośrodkach doradztwa, parkach przemysłowych i innych strefach aktywności przedsiębiorczej, stowarzyszeniach przedsiębiorców oraz wyspecjalizowanych instytucjach finansowych. Bardzo często instytucje te, finansowane w większości ze środków publicznych, działają w sposób nieskoordynowany, co ewidentnie ogranicza efekty prowadzonej polityki. W końcowej części rozdziału zaprezentujemy całościową koncepcję systemu wsparcia przedsiębiorczości.

2. Cele polityki przedsiębiorczości

Szeroki zakres niesprawności mechanizmów rynkowych w gospodarce kapitalistycznej stanowi koronny argument na rzecz aktywnego oddziaływania państwa na sektor przedsiębiorstw, w tym zwłaszcza mniejszych firm, o strukturalnie słabszej pozycji na rynku. Współcześnie jednak argument zawodności rynku odchodzi na plan dalszy, a na pierwszym miejscu stawia się cele społeczno-gospodarcze, jakie można osiągnąć, wspierając aktywność przedsiębiorczą obywateli.

2.1. Przyspieszenie wzrostu gospodarczego kraju

■ Tworzenie nowych miejsc pracy

Zachęcanie przedsiębiorców, by tworzyli nowe miejsca pracy, uznawane jest współcześnie za skuteczny (jeśli nie najskuteczniejszy) sposób walki z bezrobociem, które pozostaje dotkliwą plagą społeczną współczesnego świata. Warto zwrócić uwagę na dwa wymiary polityki w tej dziedzinie. Pierwszy dotyczy skutków zwiększonej aktywności przedsiębiorców w dziedzinie tworzenia nowych miejsc pracy, a tym samym zagospodarowania niewykorzystanych zasobów siły roboczej. W drugim przypadku chodzi o zmniejszenie negatywnych skutków bezrobocia, w wymiarze nie tylko ekonomicznym, lecz także społecznym. Obecnie skupimy się na pierwszym nurcie, zaś społeczne aspekty walki z bezrobociem przedstawimy w dalszej części rozdziału.

Myślenie o przedsiębiorczości w kontekście tworzenia nowych miejsc pracy rozwinęło się w latach 80. i 90., gdy badania empiryczne wykazały, że największy potencjał wzrostu zatrudnienia mają mniejsze firmy. Przypomnijmy, że wcześniej za główne źródło nowych miejsc pracy uznawano duże korporacje. Problematyce tej poświęciliśmy w całości rozdział IV. Po

35 latach intensywnych badań mamy znacznie lepszy, ale dalece niejednoznaczny obraz tworzenia nowych miejsc pracy w sektorze przedsiębiorstw. Okazuje się, że przyrost zatrudnienia występuje we wszystkich klasach wielkości przedsiębiorstw. Ponadto, okresy wysokiego przyrostu zatrudnienia mają charakter nietrwały: zanikają w jednych firmach, by ujawnić się w innych. Sytuacja ta nie ułatwia zadania analitykom i politykom gospodarczym, gdyż wymaga uważnego śledzenia trendów rozwojowych w sektorze przedsiębiorstw, z uwzględnieniem specyfiki branżowej oraz skali prowadzonej działalności gospodarczej.

Równocześnie przeobrażenia, jakie nastąpiły w gospodarce i na rynku pracy na przełomie XX i XXI wieku zmuszają do zasadniczej rewizji myślenia o zatrudnieniu i miejscach pracy. Mamy bowiem do czynienia z rosnącą „strefą pośrednią” między pracą najemną a prowadzeniem własnej firmy i byciem pracodawcą. W „strefie pośredniej” rozwijają się różne formy własnej aktywności przedsiębiorców, bez angażowania pracowników najemnych. Coraz bardziej liczna i rosnąca w krajach wysoko rozwiniętych grupa „quasi-przedsiębiorców” co prawda nie tworzy miejsc pracy dla innych, jednak generuje dochody i zapewnia byt rodzinie. Co także ważne, quasi-przedsiębiorcy nie ustawiają się w kolejce po zasiłek dla bezrobotnych. Tak więc wspomniana „strefa pośrednia” staje się ważnym obszarem – zarówno polityki przedsiębiorczości, jak i polityki zatrudnienia.

■ Przedsiębiorczość jako katalizator innowacji

We wcześniejszych rozważaniach wskazywaliśmy na zasadnicze przejawy zawodności rynku i niesprawności systemowej, które przemawiają za szerokim włączeniem się państwa w procesy tworzenia i dyfuzji wiedzy i innowacji w gospodarce. W centrum zainteresowania polityków znaleźli się współcześni „twórczy destruktorzy” – młode, początkujące firmy, bazujące na zaawansowanych technologiach (high-tech), w tym także zakładane przez naukowców, tworzących – z myślą o komercjalizacji wyników badań – tzw. akademickie firmy odpryskowe. Tego typu podmioty odnoszą sukcesy we wdrażaniu przełomowych technologii, z którymi nie radzą sobie duże koncerny, skupione na innowacjach przyrostowych. Specyfikę takich firm omówiliśmy w rozdziale V.

Jeśli chodzi o główne kierunki wsparcia młodych przedsiębiorców high-tech, są to przede wszystkim, tworzone przy znacznym zaangażowaniu środków publicznych, parki i inkubatory technologiczne. Twórcy technologicznych start-upów mają tam sprzyjające warunki, by wdrażać nowatorskie rozwiązania, korzystając na preferencyjnych warunkach z laboratoriów i aparatury badawczej. Równie ważne są bezpośrednie interakcje innowacyjnych przedsiębiorców, sprzyjające kreatywności, dzięki

skupieniu na ograniczonej powierzchni firm z różnych dziedzin. Dzięki temu następuje swobodny przepływ idei i pomysłów, a także rodzą się interdyscyplinarne projekty.

Warto podkreślić, że w sferze finansowania ryzykownych projektów opartych na zaawansowanych technologiach, na rynku amerykańskim mechanizm rynkowy zadziałał sprawnie, uruchamiając nowe instrumenty, takie jak fundusze wysokiego ryzyka oraz tzw. aniołowie biznesu. Okazało się jednak, że nie wszystkie zaawansowane technologicznie, a jednocześnie wartościowe projekty pozostawały w kręgu zainteresowania wspomnianych instytucji, ze względu na zbyt niską stopę zwrotu, niewielką skalę działania bądź funkcjonowanie w branży, uznawanej za mało rozwojową. Stąd pojawiły się w różnych krajach, w tym także w Polsce, inicjatywy tworzenia tzw. funduszy kapitału zaangażowanego, zasilanych głównie ze środków publicznych, ale również ze źródeł prywatnych.

Mimo że wspieranie początkujących firm high-tech, w tym akademickich firm odpryskowych, nie zawsze przynosi zakładane rezultaty, tego typu podmioty pozostają ważnym adresatem polityki stymulowania innowacji i przedsiębiorczości. Natomiast mniejszą uwagę poświęca się innej grupie, a mianowicie przedsiębiorczym pracownikom wiedzy (por. podrozdział II.3).

Jak argumentowaliśmy w rozdziale V, istnieją ważne makroekonomiczne przesłanki, by wspierać także innowacje o niższym poziomie nowości. Mamy tu na myśli maksymalne wykorzystanie tzw. efektów rozpryskowych, dzięki przyspieszonej dyfuzji nowych produktów, procesów i rozwiązań organizacyjnych w skali całej gospodarki. W wielu krajach, także w Polsce, wprowadzane są zachęty dla wdrażania przez mniejsze firmy innowacji na niższym poziomie nowości, gdy konkretne rozwiązanie jest powszechnie znane w branży, lecz nie było wcześniej wdrożone w konkretnym przedsiębiorstwie.

■ Pobudzanie wzrostu przez współpracę międzynarodową

Dzięki aktywności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych kraj osiąga korzyści z międzynarodowego podziału pracy. W przypadku krajów doganiających, o dużym zapotrzebowaniu na importowane maszyny, urządzenia i technologie, działalność eksportowa przedsiębiorstw jest szczególnie ważna, bo w ten sposób zmniejsza się deficyt w obrotach handlowych.

Jak wykazywaliśmy w rozdziale VI, o pozycji kraju w handlu światowym i międzynarodowej współpracy gospodarczej decydują firmy duże i wysoce zinternacjonalizowane. Tu możemy zatem mówić o wspieraniu międzynarodowej przedsiębiorczości korporacyjnej, między innymi poprzez pomoc krajowym firmom, o już ugruntowanej pozycji na rynkach

międzynarodowych, w przejściu na wyższy etap polegający na stworzeniu własnej globalnej sieci produkcyjno-handlowej.

W badaniach przedsiębiorczości dużą popularnością cieszą się dynamiczne firmy, od założenia aktywne na rynkach międzynarodowych (*born global*). Warto je wspierać, mimo że ich znaczenie w wymianie towarowej i w zaawansowanych formach współpracy jest, jak dotąd, niewielkie. Istnieją także mocne przesłanki, by wspierać internacjonalizację młodych firm high-tech, ponieważ w wielu branżach mogą w ogóle wystartować tylko dzięki wyjściu na rynki międzynarodowe (podrozdział VI.7).

Należy też zwrócić uwagę na inicjatywy wspierania drobnej przedsiębiorczości międzynarodowej, podejmowane w ramach Unii Europejskiej. Wobec postępującej integracji gospodarczej zarówno wewnątrz UE, jak i w skali globalnej, zachodzi obawa, że mniejsze firmy zostaną wykluczone z korzyści z takiej integracji. W obszarze współpracy z zagranicą najpełniej ujawnia się „fundamentalna słabość nowicjusza” – brak wiedzy, umiejętności oraz wysoki próg finansowy wejścia na rynki zagraniczne dla małych, początkujących firm. Stąd wdrażane są takie formy pomocy jak udzielanie informacji o rynkach zagranicznych, wyszukiwanie potencjalnych partnerów przez agendy rządowe, dofinansowanie udziału w targach i wystawach, a także udzielanie pomocy doradczej w przygotowaniu programów rozwoju eksportu. Charakterystyczne jest, że spośród 10 podstawowych kierunków wsparcia MŚP, w ramach przyjętego w 2008 r. programu Small Business Act for Europe, dwa dotyczą sfery internacjonalizacji (rozwój kontaktów biznesowych MŚP w ramach jednolitego rynku unijnego oraz aktywne wychodzenie na rynki pozaeuropejskie)³.

2.2. Przedsiębiorczość jako dźwignia rozwoju na poziomach regionalnym i lokalnym

Instrumenty polityki przedsiębiorczości, mające na celu przyspieszenie wzrostu gospodarczego, były w pierwszym etapie wdrażane w skali ogólnokrajowej. Z czasem zaczęto dostrzegać potrzebę wspierania przedsiębiorczości na poziomie regionalnym, głównie z myślą o pobudzaniu procesów innowacyjnych. Okazuje się, że nawet w dobie Internetu i ułatwionego przepływu informacji koncentracja podmiotów gospodarczych skupionych na określonym terytorium ma istotne znaczenie. Jeśli zostaną spełnione dodatkowe warunki, to współpraca między tymi podmiotami może przynieść pozytywne efekty dla nich samych, a jednocześnie przyczynić się do rozwoju regionu w znacznie większym stopniu, niż gdyby działały one całkowicie niezależnie.

³ Kompleksowe omówienie polityki EU w obszarze internacjonalizacji MŚP zawiera monografia K. Wacha (2012, s. 199–232).

Na pozytywne efekty terytorialnego skupienia działalności gospodarczej i powstawania okręgów przemysłowych (*industrial districts*) na określonej przestrzeni zwrócił uwagę już w końcu XIX w. Alfred Marshall. W pełni docenione zostały dopiero sto lat później, gdy dwaj badacze, M. Porter i P. Krugman, niezależnie od siebie stworzyli koncepcję klastra. W przeciwieństwie do pojęcia okręgów przemysłowych pojęcie klastra jest szersze, gdyż obok przedsiębiorstw w relacjach sieciowych uczestniczą także instytucje wspierające: uczelnie i naukowe ośrodki badawcze. Istotne jest, że wspomniane powiązania sieciowe mogą mieć charakter zarówno sformalizowany, jak i nieformalny (Matusiak 2010; Gancarczyk 2010).

Jak wspierać tego typu pozytywne tendencje w regionie? Przede wszystkim system wsparcia powinien mieć charakter spójny, stanowiąc zintegrowany Regionalny System Innowacji (Nowakowska, 2009). Ważne jest, by istniejące regulacje prawne i nieformalne zasady tworzyły korzystny klimat dla działalności i współpracy nie tylko między przedsiębiorcami, lecz także instytucjami wspierającymi. W tworzenie niektórych z nich (np. parków technologicznych) państwo i władze regionalne angażują się bezpośrednio.

Jakkolwiek początkowo funkcjonowanie klastrów opierało się na współpracy między mniejszymi podmiotami, współcześnie bardzo często polega ona na symbiozie dużych, a nawet bardzo dużych firm z małymi podmiotami, działającymi na określonym terenie. Pozwala to mniejszym firmom na uzyskiwanie zarówno korzyści bezpośrednich, jak i omawianych w rozdziale V pośrednich „darmowych” efektów rozpryskowych. Przypomnijmy, że chodzi tu o naturalną, a niekiedy wymuszoną procesami biznesowymi asymilacją know-how czy nowoczesnych systemów organizacji i zarządzania. W ramach regionalnej polityki przyciągania zagranicznych inwestorów lokalne władze coraz częściej zwracają uwagę nie tylko na efekty bezpośrednie (nowe miejsca pracy), lecz także na efekty rozpryskowe – ZIB, o których pisaliśmy w rozdziale VI. Chodzi o to, by filie międzynarodowych korporacji były rozsądnikiem innowacji i pociągały za sobą lokalne firmy.

Interesujące są najnowsze próby wspierania przedsiębiorczości na poziomie lokalnym (miasta, powiaty, gminy). Jako pozytywny przykład można tu wymienić, realizowany w wielu mniejszych miejscowościach i obszarach wiejskich USA, Program Economic Gardening (<http://growin-glocaleconomies.com>). Inicjatorzy tego programu podważają sensowność działań na rzecz aktywizacji gospodarczej miasta czy powiatu, polegających tylko na przyciąganiu dużych zewnętrznych inwestorów. Bardziej skuteczne jest skupienie uwagi na przedsiębiorcach już działających na danym terenie. Zidentyfikowanie grupy firm o największym potencjale rozwojowym i udzielenie im wsparcia, głównie w formie szkoleń, doradztwa czy stymulowanie relacji sieciowych, może przynieść znacznie lepsze efekty. Co

więcej, rozproszenie nowych miejsc pracy powoduje, że rozwój ma charakter bardziej zrównoważony i jest mniej podatny na załamania koniunktury.

Duże aglomeracje miejskie stwarzają szczególnie korzystne warunki dla tworzenia skupień przedsiębiorców działających w tzw. przemysłach kreatywnych – w kulturze, sztuce, projektowaniu, mediach, reklamie, działalności wydawniczej itp. Koncentracja dużej liczby osób wykształconych, utalentowanych artystycznie, a także szeroko rozumianych pracowników wiedzy wyzwala kreatywność oraz stymuluje do realizacji interdyscyplinarnych projektów. Z tego względu lokalne władze miejskie wspierają wspomniane procesy, tworząc miejsca, w których przedstawiciele „klasy kreatywnej” (Florida, 2010) mogą się spotykać i inicjować innowacyjne projekty. Chodzi o centra kreatywności, centra wystawiennicze, a nawet całe strefy zarezerwowane dla tego typu aktywności. Obserwujemy, że aktywizacja przedsiębiorcza staje się obszarem rywalizacji światowych metropolii, do której to rywalizacji włączają się także polskie miasta.

Bardziej rozwiniętą systemową wizję wykorzystania przedsiębiorczości dla rozwoju społeczności lokalnych zaprezentowali Lichtenstein i Lyons (2010). Zasluguje ona na szczególną uwagę z dwóch względów. Po pierwsze, autorzy krytykują klasyczne podejście w polityce przedsiębiorczości, polegające na koncentracji wsparcia na wąskiej grupie firm, w oczekiwaniu, że przyniesie to zasadnicze zmiany na korzyść. Mowa tu przede wszystkim o wspieraniu firm high-tech oraz firm dynamicznych, nastawionych na bardzo szybki rozwój. Proponują, by zamiast tego iść „szerokim frontem”, wspierając ambicje rozwojowe przedsiębiorców na różnym poziomie rozwoju.

Po drugie, Lichtenstein i Lyons krytykują podejście *en bloc* do małych przedsiębiorstw, w ramach prowadzonej polityki. By skutecznie wspierać przedsiębiorców, trzeba, ich zdaniem, dokonać segmentacji całej populacji przedsiębiorców według różnych kryteriów oraz zaprojektować wachlarz „ścieżek rozwojowych” (*developmental pipeline*), adresowanych do poszczególnych grup. Jest to niewątpliwie nowatorskie podejście, a jego istotne elementy zostaną uwzględnione w ramach całościowej koncepcji wspierania przedsiębiorczości, którą przedstawimy w końcowej części niniejszego rozdziału.

2.3. Przedsiębiorczość jako instrument rozwiązywania ważnych problemów społecznych

W ramach tego kierunku polityki wspierania przedsiębiorczości inicjatywa państwa nie wynika z chęci osiągnięcia efektów stricte ekonomicznych, ale z dążenia do realizacji innych celów, uznawanych przez społeczeństwo za ważne. W szczególności państwo wspiera:

- ➔ aktywność przedsiębiorczą słabszych grup społecznych, zwłaszcza tych zagrożonych wykluczeniem społecznym;
- ➔ przedsiębiorczość rodzinną, gdyż umacnia rodzinę – niezmiernie ważną instytucję społeczną;
- ➔ działalność gospodarczą i „ducha przedsiębiorczości” organizacji społecznych, nienastawionych na zysk.

Adresatem wsparcia w ramach pierwszego kierunku są słabsze grupy ludności, które z różnych względów mają gorsze szanse funkcjonowania w społeczeństwie, co często prowadzi także do wykluczenia społecznego. Przeciwdziałanie tego typu zjawiskom stanowi ważny obszar polityki społecznej w Polsce, prowadzonej w ramach wspólnej polityki Unii Europejskiej.

W rozdziale II omawialiśmy podstawowe rodzaje „przedsiębiorczości nierównych szans”, a więc prowadzenie działalności gospodarczej przez kobiety, osoby, które wcześniej poniosły biznesową porażkę, osoby starsze, imigrantów i mniejszości etniczne, bezrobotnych czy osoby niepełnosprawne. Dla tych grup w wielu krajach, także w Polsce, wdrażane są instrumenty wsparcia, polegające głównie na preferencjach w dostępie do środków publicznych na rozpoczęcie działalności, jak również na specjalistycznych szkoleniach i doradztwie.

Nagromadzone w tej dziedzinie doświadczenia pokazują, że jeśli programy są dobrze przygotowane, mogą przynosić, obok efektów społecznych, także wymierne korzyści ekonomiczne. Wspierając przedsiębiorczość kobiet, osób w wieku dojrzałym, czy stwarzając drugą szansę dla przedsiębiorców upadłych, odkrywamy niewykorzystany potencjał przedsiębiorczy, co przekłada się na nowe miejsca pracy i wpływy z podatków. W przypadku zachęt do zakładania własnych firm przez imigrantów, bezrobotnych czy osoby niepełnosprawne po stronie korzyści trzeba w pierwszej kolejności uwzględnić zmniejszenie wydatków na zasiłki i inne świadczenia społeczne, jakie przysługują tym grupom w przypadku braku stałego zajęcia.

Jednak jeśli uwzględnimy długofalowe skutki wdrażania tego typu programów, to w wielu krajach okazały się one niezadowolające. To z kolei rodzi krytykę takiego sposobu wydatkowania środków publicznych. Weźmy przykładowo powszechnie stosowany instrument, jakim jest pomoc bezrobotnym w zakładaniu własnych firm. Jego popularność wynika z wyrazistej zależności między nakładami a efektami: udzielamy wsparcia i zamiast osoby bezrobotnej mamy przedsiębiorcę. Za stosowaniem tego typu wsparcia dla osób bezrobotnych przemawia relatywnie wyższa skuteczność na tle

innych tzw. aktywnych form zwalczania bezrobocia (por. podrozdział II.2). W praktyce sytuacja nie jest taka oczywista. Po pierwsze, efekty podjęcia działalności gospodarczej przez osoby bezrobotne są na ogół krótkotrwałe. Bardzo częste są przypadki, że tego typu firmy kończą działalność krótko po rozliczeniu dotacji. Po drugie, zachęta dla osób bezrobotnych i znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy oznacza w praktyce wspieranie najsłabszego segmentu przedsiębiorczości, a więc zakładanie firm bez planów rozwoju i zatrudnienia pracowników.

Wymiar społeczny polityki przedsiębiorczości przejawia się także w tworzeniu preferencyjnych warunków dla prowadzenia działalności gospodarczej, której efekty służą wypełnieniu misji organizacji społecznych. W przypadku podmiotów o szczególnym statusie prawnym, a więc przedsiębiorstw społecznych i spółdzielni socjalnych obowiązek pomocy przez władze publiczne jest regulowany ustawowo.

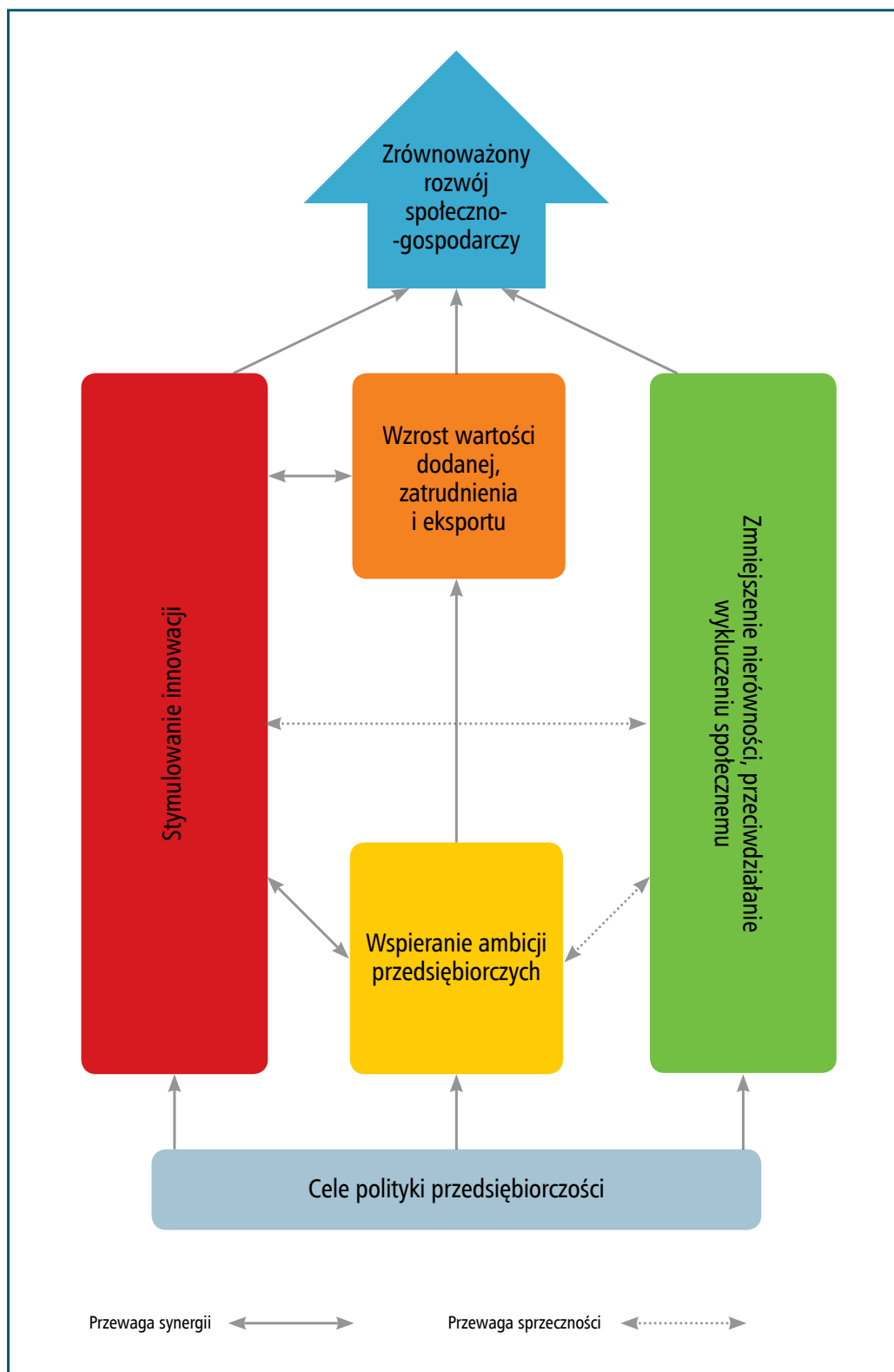
Jak dotąd niewiele uwagi przywiązuje się do innego wymiaru wspierania przedsiębiorczości, a mianowicie zaszczepienia w organizacjach społecznych „ducha przedsiębiorczości”, czyli postaw proaktywnych, innowacyjnych i skłonności do podejmowania ryzyka. Mogą się one przejawiać w prowadzonej działalności gospodarczej, ale również w podstawowym obszarze realizacji zadań statutowych. Istnieją organizacje pozarządowe nieprowadzące działalności gospodarczej, które jednak są niebywale aktywne i innowacyjne w pozyskiwaniu środków od darczyńców. Jednocześnie środki te są wydatkowane w taki sposób, by docierały do właściwych odbiorców i przynosiły jak największe efekty. Pobudzanie „ducha przedsiębiorczości” w organizacjach społecznych następuje w formie niskobudżetowych programów szkoleniowych oraz wymianie dobrych praktyk.

2.4. Cele polityki przedsiębiorczości – próba syntezy

W świetle dotychczasowych rozważań mamy do czynienia ze zróżnicowaną wiązką motywów, dla których władza publiczna decyduje się na wspieranie przedsiębiorczości. Można tu wyodrębnić trzy zasadnicze kierunki (rysunek VII.1).

Dwa z nich traktują przedsiębiorczość w sposób instrumentalny, jako sposób osiągnięcia innych ważnych celów gospodarczych i społecznych. Aktywność przedsiębiorcza jest potrzebna, by przyspieszyć proces wdrażania innowacji. Równolegle mamy silny nurt, upatrujący w polityce przedsiębiorczości szansę na rozwiązanie ważnych problemów społecznych, takich jak nierówność czy wykluczenie społeczne.

Trzeci autonomiczny kierunek, stosunkowo najmniej obecny w debacie publicznej, polega na pobudzaniu ambicji rozwojowych przedsiębiorców, jako bezpośredniego czynnika wzrostu gospodarczego, co przejawia



Rysunek VII.1. Główne kierunki polityki przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

się we wzroście wartości dodanej (PKB)⁴ oraz zatrudnienia. W tym nurcie mieszczą się instrumenty wspierające firmy osiągające ponadprzeciętną dynamikę sprzedaży i zatrudnienia (por. podrozdział III.3.2), jak również te aktywnie wchodzące na rynki międzynarodowe. W wymiarach lokalnym i regionalnym do autonomicznego nurtu zaliczymy koncepcję budowania kapitału przedsiębiorczości oraz „ścieżek rozwojowych” dla przedsiębiorców, sformułowaną przez Lichtensteina i Lyonsa (2010).

Nietrudno zauważyć, że między wymienionymi kierunkami polityki przedsiębiorczości występuje synergia, ale także obiektywne sprzeczności. Niewątpliwie mamy do czynienia z taką sprzecznością między dwoma instrumentalnymi nurtami: innowacyjnym i społecznym. Adresatem wsparcia są przedsiębiorcy wdrażający zaawansowane technologie i osiągający spektakularne sukcesy na światowych rynkach. Równoległe zachęca się do wyboru przedsiębiorczej ścieżki osoby bezrobotne, w starszym wieku, niepełnosprawne.

Między innowacyjnym a autonomicznym kierunkiem polityki przedsiębiorczości przeważa natomiast synergia. Wdrażając zaawansowane technologie, innowacyjne firmy budują solidną podstawę dla przyspieszonego rozwoju w przyszłości. W przypadku podmiotów, dla których bardzo szybki wzrost obrotów, zysków i wartości firmy jest celem nadrzędnym, wdrażanie innowacji może być najbardziej skutecznym sposobem osiągnięcia tego celu.

Jednak i w tym przypadku pojawiają się pewne sprzeczności. W programach wsparcia innowacyjnych przedsiębiorstw istotne znaczenie ma przełomowy charakter wdrażanych technologii, a nie wzrost zatrudnienia i obrotów. W efekcie często mamy do czynienia z sytuacją, w której hojnie finansowana ze środków publicznych firma high-tech przez wiele lat pozostaje w fazie przygotowań do uruchomienia produkcji. Jeśli się to w końcu uda, skala prowadzonych operacji jest stosunkowo niewielka.

Największe sprzeczności między wszystkimi trzema nurtami polityki przedsiębiorczości dotyczą jednak zatrudnienia. Rozwój przedsiębiorstw i tworzenie przez nie nowych miejsc pracy prowadzą generalnie do spadku bezrobocia. To jednak nie zawsze niesie ze sobą poprawę sytuacji osób będących w szczególnie niekorzystnej sytuacji na rynku pracy (bezrobotnych, niepełnosprawnych, w wieku przedemerytalnym), chociażby ze względu na brak poszukiwanych przez pracodawców kwalifikacji. Dla tych grup trzeba stosować specjalistyczne formy wsparcia, w tym zachęty do podejmowania działalności gospodarczej. Tym samym jednak przyczyniamy się do powstawania nowych firm w tradycyjnym segmencie drobnej przedsiębiorczości,

⁴ Suma wartości dodanej wytworzonej przez przedsiębiorstwa stanowi wkład sektora przedsiębiorstw do PKB kraju.

bez ambicji rozwojowych, których działania w minimalnym stopniu przekładają się na przyrost wartości dodanej oraz nowych miejsc pracy.

Istotna sprzeczność w kwestii zatrudnienia występuje także między innowacyjnym i autonomicznym nurtem polityki przedsiębiorczości. W wielu nowoczesnych gałęziach przemysłu i usług, dzięki wdrożeniu zaawansowanych technologii, firmy odnoszą spektakularne sukcesy finansowe, co dla państwa jest także korzystne, ze względu na zwiększone wpływy z podatków. Niestety takie wdrożenia nie generują dużej liczby nowych miejsc pracy. Mamy więc do czynienia z obiektywnym konfliktem między strategicznymi priorytetami w polityce gospodarczej: walką z bezrobociem i budowaniem podstaw gospodarki opartej na innowacjach.

Powyższe uwagi nie podważają zasadności równoległej realizacji zróżnicowanych celów gospodarczych i społecznych w ramach szeroko rozumianej polityki przedsiębiorczości. W projektowaniu konkretnych rozwiązań trzeba jednak uwzględniać szerszy kontekst i brać pod uwagę zarówno spodziewane efekty w jednych obszarach, jak i możliwe negatywne skutki w innych. Przy tym podejściu priorytetowo powinny być traktowane takie instrumenty wsparcia, które przynajmniej częściowo łączące różne cele. Przykładowo, programy aktywizacji przedsiębiorczej bezrobotnych czy osób niepełnosprawnych powinny także rozwijać ducha przedsiębiorczości i ambicję osiągnięcia czegoś więcej niż proste samozatrudnienie. Może temu służyć konkursowy tryb przyznawania wsparcia, a także powiązane z dotacją finansową szkolenie i opieka doradcza. Z kolei w projektach innowacyjnych, przy uwzględnieniu dodatkowego kryterium liczby nowych miejsc pracy może się okazać, że bardziej efektywne w kategoriach makroekonomicznych będzie wdrażanie innowacji w tradycyjnych gałęziach gospodarki.

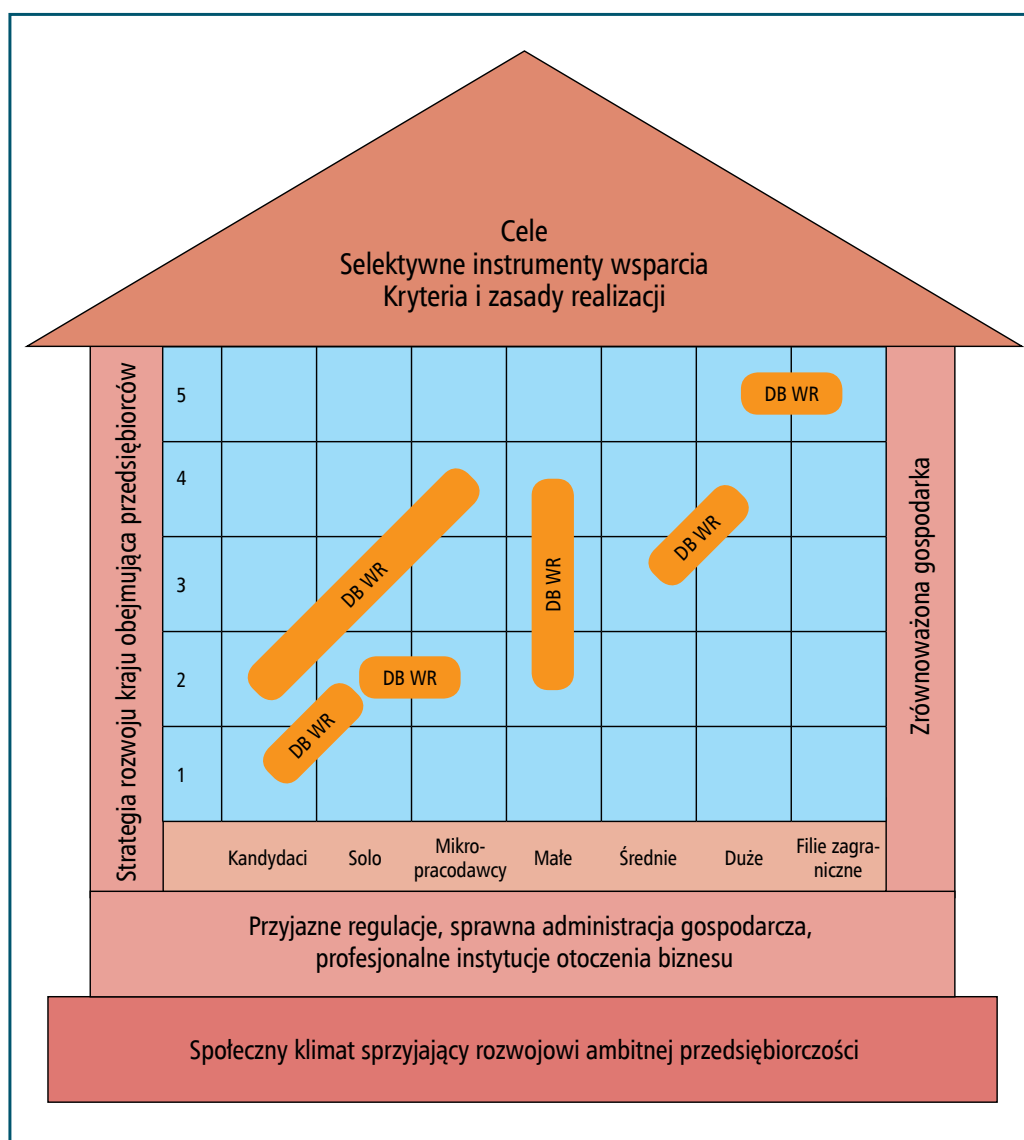
3. Polityka przedsiębiorczości – ujęcie systemowe

Poniżej przedstawimy całościową, systemową koncepcję polityki przedsiębiorczości. Koncepcja ta dotyczy podstawowego, autonomicznego kierunku tej polityki, a więc relacji: aktywność przedsiębiorcza–rozwój gospodarki. Jak wspomnieliśmy wcześniej, autonomiczny nurt jest mało obecny, a wręcz pomijany w debacie publicznej dotyczącej kształtu polityki przedsiębiorczości.

Dopiero gdy mamy klarowną wizję autonomicznego trzonu polityki przedsiębiorczości, możliwe jest włączenie pozostałych dwóch kierunków o charakterze instrumentalnym – stymulowanie procesów innowacyjnych oraz rozwiązywanie ważnych problemów społecznych.

Proponowany całościowy system autonomicznej polityki przedsiębiorczości obejmuje:

- ➔ cel główny polityki przedsiębiorczości i jego pomiar,
- ➔ adresatów polityki przedsiębiorczości i ich segmentację,
- ➔ ramy instytucjonalne polityki przedsiębiorczości,
- ➔ kryteria i zasady wdrażania selektywnych instrumentów wsparcia.



Rysunek VII.2. Polityka przedsiębiorczości – ujęcie systemowe

Źródło: opracowanie własne.

Graficzną postać proponowanego systemowego ujęcia polityki przedsiębiorczości ilustruje rysunek VII.2. Poniżej przedstawiamy główne elementy systemu.

3.1. Cel główny polityki przedsiębiorczości i jego pomiar

Zgodnie z przyjętym w podrozdziale I.4 pojmowaniem istoty przedsiębiorczości celem głównym polityki przedsiębiorczości w jej podstawowym (autonomicznym) nurcie jest stymulowanie ambicji rozwojowych przedsiębiorców, by w ten sposób przyspieszyć rozwój gospodarki jako całości. Tak więc efekty autonomicznej polityki przedsiębiorczości powinny się przekładać na rozwój gospodarczy w postaci przyrostu PKB.

Przedsiębiorstwa mogą się bezpośrednio przyczynić do wzrostu istotnej składowej PKB, a więc wartości dodanej⁵. Wartość dodana nie jest powszechnie stosowaną kategorią na poziomie przedsiębiorstwa, stąd bardziej praktyczne jest powszechnie stosowanie wskaźnika dynamiki przychodów ze sprzedaży⁶.

Dodatkowo uwzględniamy dwa pomocnicze mierniki makroekonomicznych efektów polityki przedsiębiorczości: wzrost zatrudnienia i dynamika przychodów z eksportu. W świetle rozważań zawartych w rozdziale IV to właśnie w dziedzinie tworzenia nowych miejsc pracy lokują się największe oczekiwania pod adresem przedsiębiorców. Efekt zatrudnienia generalnie znajduje odzwierciedlenie w przyroście wartości dodanej, gdyż jej ważnym komponentem są wynagrodzenia. Pomocnicze kryterium zatrudnienia podkreśla jednak znaczenie nowych miejsc prac, co przy obecnej wysokiej stopie bezrobocia jest w pełni uzasadnione. Kryterium to może nie być istotne w przyszłości, gdy zmieni się sytuacja na rynku i zacznie brakować rąk do pracy.

Uwzględnienie eksportu jako pomocniczego miernika wynika z aktualnego stadium rozwoju gospodarczego Polski. Na tym etapie szersze zaangażowanie polskich przedsiębiorstw w eksporcie otwiera dla nich nowe możliwości. Z perspektywy całej gospodarki aktywność eksportowa przedsiębiorstw zwiększa korzyści kraju z tytułu międzynarodowego podziału pracy, a także wpływa dodatnio na bilans handlowy. Jest to ważny czynnik w przypadku krajów doganiających, gdzie w dobie przyspieszonej modernizacji gospodarki rośnie popyt na importowane maszyny, urządzenia i technologie.

⁵ Dodatkowo kategoria PKB obejmuje podatki pośrednie. Przedsiębiorcy nie mają wpływu na stawki tych podatków, ale skala prowadzonej przez nich działalności gospodarczej determinuje wpływ na wielkość wpływów z tytułu podatków pośrednich do budżetu.

⁶ Generalnie poziom i dynamika wartości dodanej i przychodów ze sprzedaży (obrotów) są ze sobą powiązane. Występują jednak sytuacje, w których wzrost sprzedaży nie przekłada się na wzrost wartości dodanej. Chodzi o wzrost obrotów wynikający z fuzji i przejęć czy z tytułu wielokrotnego pośrednictwa handlowego między firmami.

3.2. Adresaci polityki przedsiębiorczości i ich segmentacja

W proponowanym ujęciu adresatami polityki przedsiębiorczości są ambitni przedsiębiorcy, którą to kategorię zdefiniowaliśmy w podrozdziale I.4. Dotychczasowe doświadczenia wielu krajów wskazują na ograniczone efekty koncentracji instrumentów wsparcia na wąskiej grupie podmiotów osiągających bardzo wysoką dynamikę wzrostu. Przypomnijmy, że dla statystycznego pomiaru tzw. firm dynamicznych przyjęto tempo wzrostu sprzedaży i/lub zatrudnienia 20% w skali rocznej. W rozdziale IV przytaczaliśmy dane, z których wynika, że tak wysoka dynamika jest trudna do utrzymania w dłuższym okresie. Stąd w przyjętej koncepcji populację ambitnych przedsiębiorców pojmujemy szeroko, uwzględniając także podmioty realizujące kilku- czy kilkunastoprocentowy średnioroczny wzrost.

Definiując adresatów polityki przedsiębiorczości bierzemy pod uwagę, że zróżnicowanie sektora przedsiębiorstw ma charakter trwały – jeśli chodzi zarówno o skalę prowadzonej działalności, jak i zaawansowanie technologiczne, organizacyjne czy kadrowe. Dla prawidłowego funkcjonowania gospodarki takie zróżnicowanie jest korzystne, ponieważ poszczególne grupy przedsiębiorstw mają do spełnienia różne funkcje. Tak więc głównym celem polityki przedsiębiorczości jest wspieranie ambicji rozwojowych we wszystkich segmentach sektora przedsiębiorstw. Segmentacja jest szczególnie ważna w przypadku wdrażania selektywnych instrumentów polityki przedsiębiorczości, właśnie ze względu na potrzebę dopasowania ich do warunków i potrzeb adresatów.

W krajach Unii Europejskiej na potrzeby realizacji polityki gospodarczej stosuje się podstawowy podział na firmy duże oraz sektor MŚP obejmujący firmy mikro, małe i średnie. Obowiązuje przy tym generalna zasada, że poza szczególnymi sytuacjami wsparcie ze środków publicznych powinno być udzielane firmom z sektora MŚP.

W świetle analizy przeprowadzonej w poprzednich rozdziałach stosowany podział na firmy mikro, małe, średnie i duże jest niewystarczający. Stąd propozycja rozszerzonej segmentacji. W pierwszej kolejności istnieje potrzeba wyodrębnienia w segmencie mikroprzedsiębiorstw przedsiębiorców solo i mikropracodawców (por. rozdział IV). Z kolei istotny wniosek z rozdziału VI to potrzeba wydzielenia sektora przedsiębiorstw, kontrolowanego przez kapitał zagraniczny.

Oprócz już funkcjonujących przedsiębiorstw w ramach proponowanej segmentacji uwzględniamy także kandydatów na przedsiębiorców. Dlaczego politycy powinni się interesować przedsiębiorcami „w powijakach” (*nascent entrepreneurs*)? Dlatego, że w przypadku sektora przedsiębiorstw mamy do czynienia z naturalnym cyklem. Powstają one, a inne kończą działalność na różnym etapie rozwoju, ale głównie w pierwszych

latach po uruchomieniu. Jeśli potrafimy wpłynąć na liczbę, a zwłaszcza na jakość podmiotów wchodzących na rynek, to w wyniku postępującej naturalnej rotacji osiągamy pozytywne zmiany w całej populacji.

Obecnie wspieranie osób planujących założenie firmy stanowi ważny obszar polityki przedsiębiorczości, w tym także w Polsce. Duże znaczenie w tym względzie ma przyciągnięcie do przedsiębiorczości ludzi ambitnych i wykształconych. Służą temu programy edukacyjne wdrażane na wszystkich etapach kształcenia (szkolnictwo podstawowe, średnie i wyższe). Jak pokazują doświadczenia amerykańskie, a ostatnio także europejskie, dobre efekty przynosi wdrożenie tego typu programów w uczelniach nieekonomicznych (politechnikach, szkołach rolniczych, uniwersyteckich kierunkach nauk ścisłych itp.) ze względu na pobudzanie przedsiębiorczości opartej na wiedzy⁷.

Dla oszacowania wielkości populacji kandydatów na przedsiębiorców, wykorzystaliśmy w wyniku badań przeprowadzonych w Polsce w 2012 r. w ramach projektu Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Wynika z nich, że liczba osób aktywnie przygotowujących się do uruchomienia własnego biznesu stanowi ok. 43% podmiotów już prowadzących działalność. Na tej podstawie wyliczyliśmy, że w 2012 r. osób aktywnie przygotowujących się do uruchomienia własnego biznesu było ok. 800 tysięcy. To spora grupa, choć, rzecz jasna, tylko część faktycznie rozpocznie działalność gospodarczą. Powyższy szacunek wydaje się dość realistyczny, biorąc pod uwagę, że w 2012 r. zarejestrowano ok. 360 tys. nowych podmiotów gospodarczych.

W świetle tradycyjnej koncentracji polityki przedsiębiorczości na sektorze MŚP może powstać wątpliwość co do uwzględniania w ramach tej polityki także firm dużych, zarówno krajowych, jak i kontrolowanych przez kapitał zagraniczny. Przemawiają za tym dwa ważne argumenty. Pierwszy dotyczy potrzeby rozwijania przedsiębiorczości korporacyjnej jako czynnika wspomagającego rozwój dużych firm. Sytuacja, w której w dużych korporacjach tworzone są warunki, by jednostki kreatywne i innowacyjne mogły realizować ambitne projekty, powoduje, że tego typu organizacje stają się bardziej efektywne, przyciągając jednocześnie ludzi młodych, „zarażonych” duchem przedsiębiorczości.

Jednakże zasadniczy argument dotyczy efektów pośrednich, a więc szans rozwojowych dla mniejszych, także początkujących, firm, dzięki współpracy z dużymi korporacjami. Jak prezentowaliśmy w rozdziale V i VI, w ramach tego typu powiązań występują tzw. efekty rozpryskowe, czyli przyspieszona, a jednocześnie nieodpłatna asymilacja wiedzy i doświadczenia w zakresie nowoczesnych metod produkcji, zarządzania i marketingu. Wspomniane efekty rozpryskowe występują ze szczególnym nasileniem

⁷Przegląd doświadczeń w tej dziedzinie zawiera publikacja PARP (Cieślak i in., 2011).

w sytuacji, gdy partnerami mniejszych, lokalnych firm są filie międzynarodowych koncernów.

Przeciwstawienie MŚP dużym firmom w ramach prowadzonej polityki gospodarczej nie ma współcześnie racjonalnego uzasadnienia. W rozwiniętej gospodarce poszczególne rodzaje firm mają do spełnienia różne funkcje, natomiast istotnymi czynnikami rozwoju są synergia i kooperacja podmiotów różnej wielkości.

W celu oszacowania znaczenia poszczególnych segmentów w gospodarce dokonaliśmy dodatkowych korekt z tytułu powiązań własnościowych między poszczególnymi firmami, funkcjonującymi w ramach grup przedsiębiorstw. W kontekście polityki przedsiębiorczości nie jest bowiem bez znaczenia, czy zatrudniający 40 osób, niezależny w sensie prawnym podmiot funkcjonuje samodzielnie, czy wchodzi w skład grupy kapitałowej zatrudniającej łącznie 440 osób. W tym drugim przypadku taki podmiot może korzystać z zasobów finansowych, technologii i sieci handlowej całej grupy. Nie ma zatem uzasadnienia, by był objęty pomocą, która przysługuje firmom małym.

Powyższe podejście znalazło formalne odzwierciedlenie w zasadach udzielania pomocy publicznej w krajach Unii Europejskiej (Komisja Europejska, 2006), obowiązujących także w polskim ustawodawstwie. Zgodnie ze wspomnianymi regulacjami, jeśli poziom kontroli jednego podmiotu przez drugi przekracza 50%, mamy do czynienia z tzw. przedsiębiorstwem związanym. Obowiązuje wtedy zasada sumowania parametrów ekonomicznych wszystkich jednostek w danej grupie. W podanym przypadku filia zatrudniająca 40 osób (krajowa bądź zagraniczna) dla celów udzielenia pomocy publicznej potraktowana zostałaby jako podmiot duży (łącznie zatrudnienie 440 osób)⁸.

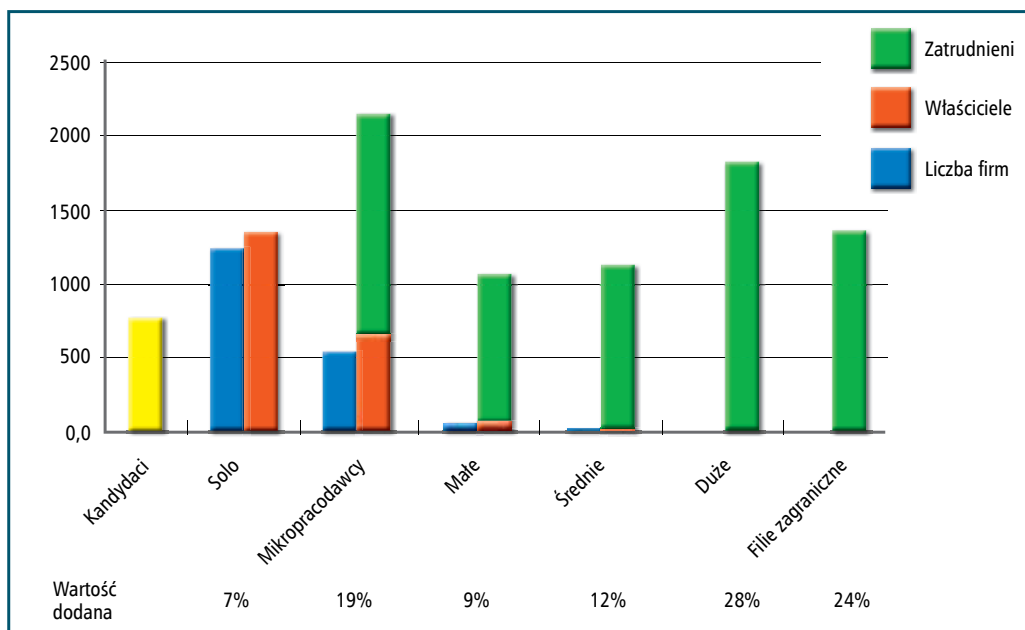
Funkcjonowanie grup przedsiębiorstw stanowi nie lada wyzwanie dla systemu statystyki publicznej. Stąd w krajach Unii Europejskiej, w tym także w Polsce, prowadzone są badania statystyczne tego zjawiska. Wykazują one bardzo znaczący udział tego typu grup w gospodarce. Przykładowo w 2012 r. kilkanaście tysięcy podmiotów gospodarczych należących do grup przedsiębiorstw zatrudniało 28% wszystkich pracujących oraz realizowało 53% przychodów w sektorze przedsiębiorstw niefinansowych (GUS 2014b, s. 27). Jak dotąd efekt powiązań kapitałowych nie został uwzględniony w krajowej statystyce przedsiębiorstw, w tym w podziale na firmy mikro, małe, średnie i duże.

⁸ Nieco inna procedura obowiązuje w przypadku przedsiębiorstw partnerskich (od 25% do 50%). Do parametrów danego podmiotu należy wtedy dodać dane przedsiębiorstwa kontrolującego, ale tylko w proporcji odpowiedniej do poziomu kontroli. Jako niezależne traktowane jest przedsiębiorstwo, gdy poziom kontroli przez inny podmiot kształtuje się poniżej 25%.

Przeprowadzona korekta danych statystycznych za 2012 r. nie obejmuje mikroprzedsiębiorstw, ze względu na brak danych statystycznych. W przypadku pozostałych podmiotów, zatrudniających 10 i więcej osób:

- ➔ Wszystkie podmioty kontrolowane większością przez kapitał zagraniczny zostały przesunięte do oddzielnego segmentu (filie zagraniczne – FZ), niezależnie od wielkości. W praktyce, jeśli uwzględnić parametry skali działania dla całej grupy międzynarodowej, zgodnie z przytaczanymi wcześniej kryteriami klasyfikacji Komisji Europejskiej, w zdecydowanej większości będą to firmy duże.
- ➔ W przypadku podmiotów gospodarczych należących do krajowych grup kapitałowych przyjęliśmy, że taka przynależność przesuwają firmę do następnej klasy (z małych do średnich, ze średnich do dużych).

Dla celów polityki przedsiębiorczości proponujemy wyodrębnienie siedmiu grup przedsiębiorstw. Oszacowanie rozkładu ilościowego, liczby pracujących, przychodów i wkładu do tworzenia wartości dodanej poszczególnych grup ilustrują rysunek VII.3 oraz tabela 13 (Aneks). Przedstawione dane potwierdzają znaczącą rolę mikropracodawców w polskiej gospodarce, szczególnie w sferze zatrudnienia. Na drugim biegunie mamy dwa



Rysunek VII.3. Segmentacja podmiotów gospodarczych dla potrzeb polityki przedsiębiorczości (dane z 2012 r. w tys. i w %).

Źródło: oszacowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS. Zob. tabela 13 (Aneks).

segmenty firm dużych: krajowych i tych kontrolowanych przez kapitał zagraniczny. Znaczenie krajowych firm małych i średnich jest relatywnie niewielkie.

Zastosowana korekta własnościowa spowodowała, że wyliczony udział całego sektora MŚP w polskiej gospodarce jest istotnie niższy niż podawany w oficjalnych statystykach GUS. Mimo ich znikomego udziału w całej populacji przedsiębiorstw, duże firmy mają przewagę nad MŚP w przycho-
dach ze sprzedaży. Jeśli chodzi o udział w zatrudnieniu, to przeważają firmy z sektora MŚP, jednak biorąc pod uwagę tylko pracowników najemnych (bez właścicieli) przewaga nie jest duża. Jest to ważna konstatacja, gdyż w debacie publicznej wysoki udział MŚP stanowi koronny argument uzasadniający uprzywilejowane traktowanie tego sektora. Jak widać, bardzo dużo zależy od przyjętej metody liczenia.

3.3. Ramy instytucjonalne polityki przedsiębiorczości

W proponowanej koncepcji, w warunkach gospodarki rynkowej, wspieranie przedsiębiorczości powinno być w pierwszej kolejności realizowane poprzez tworzenie ram instytucjonalnych, umożliwiających przedsiębiorcom realizację ich planów i ambicji rozwojowych.

Mówiąc o otoczeniu instytucjonalnym, mamy na myśli nie tylko przy-
jazne regulacje czy sprawną administrację, lecz także system nieformal-
nych reguł i wartości tworzących właściwy klimat dla przedsiębiorczości. W tym mieści się także szeroki konsensus społeczny, co do roli przedsię-
biorców w gospodarce i społeczeństwie. Poniżej przedstawiamy główne ele-
menty otoczenia instytucjonalnego, a także zależności między nimi, które
powodują, że możemy mówić o zintegrowanym systemie wspierania przed-
siębiorczości.

■ Strategia rozwoju gospodarki, uwzględniająca rolę przedsiębiorców

Przedsiębiorcy mogą najlepiej realizować swoje plany rozwojowe, jeśli wła-
dze publiczne mają klarowną strategię rozwoju społeczno-gospodarczego
oraz skuteczne instrumenty wcielania jej w życie. W klasycznym podejściu
wolnorynkowym zakładano, że sektor przedsiębiorstw włączy się w proce-
sy rozwojowe, reagując na zmiany parametrów makroekonomicznych, ta-
kich jak poziom stóp procentowych, kursów walut, czy opodatkowania.

Od kilkudziesięciu lat w gronie ekonomistów i polityków gospodar-
czych toczy się spór o to, czy ingerencja państwa nie powinna iść dalej
w kierunku stymulowania wzrostu gospodarczego, a także wprowadzania
niezbędnych zmian strukturalnych. Przeciwnicy takiego rozszerzania zwr-
cają uwagę, że przy próbach korygowania niesprawności rynku (*market*

failure) mamy do czynienia z niesprawnością interwencji państwa (*government failure*).

Światowy kryzys finansowy w latach 2008–2009 spowodował wyraźne przesunięcie w kierunku wzmocnienia regulacyjnej roli państwa w gospodarce, co wiąże się z nie do końca jeszcze sprecyzowaną koncepcją nowej polityki przemysłowej (Warwick, 2013). Pogląd taki znajduje uznanie także wśród polskich ekonomistów (Boni i in. 2014, s. 7–10). Systemowa koncepcja polityki przedsiębiorczości mieści się w tym nurcie, a jednocześnie nawiązuje do idei Nowego Pragmatyzmu, proponowanej przez G.W. Kołodkę (2014).

■ Zrównoważony charakter wzrostu gospodarczego

Dla przedsiębiorców ważne jest nie tylko, by gospodarka jako całość utrzymywała wysoką dynamikę wzrostu, lecz także, by wzrost gospodarczy nie prowadził do nadmiernych wahań podstawowych parametrów makroekonomicznych: oprocentowania kredytów i ich dostępności, poziomu płac, kursów walut, a także zmian w poziomie opodatkowania. Wtedy bowiem przedsiębiorcy mogą planować rozwój własnych firm w dłuższej perspektywie czasowej. Względna stabilność tych podstawowych parametrów to dla przedsiębiorców wartość nieoceniona.

Powyzsza konstatacja wydaje się oczywista, jednak pozostaje w sprzeczności z niektórymi, proponowanymi przez przedsiębiorców i reprezentujące ich organizacje, kierunkami poprawy warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Dotyczą one głównie zmniejszenia obciążeń podatkowych i w zakresie świadczeń społecznych, co może prowadzić wprost do pogłębienia nierównowagi budżetowej i powiększenia długu publicznego. Przykładowo na Czarnej Liście Barrier dla rozwoju przedsiębiorczości, publikowanej cyklicznie przez PKPP Lewiatan na pierwszym miejscu wymienia się „zbyt wysokie, biorąc pod uwagę obecny poziom rozwoju gospodarczego i jakość otoczenia biznesu, podatki i składki na ubezpieczenia społeczne” (PKPP Lewiatan, 2014, s. 5). Uzyskanie konsensusu i wzrost świadomości przedsiębiorców o istotnym znaczeniu równowagi gospodarczej dla ich powodzenia w biznesie to jeden z zasadniczych elementów klimatu społecznego sprzyjającego przedsiębiorczości.

■ Przyjazne regulacje, sprawna administracja gospodarcza

Ten kierunek wsparcia znajduje akceptację zarówno wśród tych, którzy uważają, że na tym oddziaływanie państwa powinno się kończyć, jak i tych, dla których stanowi to podstawę dla wdrażania dodatkowych instrumentów i programów. Realizowane działania dotyczą uproszczenia procedur związanych z rejestracją i prowadzeniem działalności gospodarczej, jak

również usprawnienia funkcjonowania administracji centralnej i lokalnej innych instytucji, z którymi styka się przedsiębiorca. Jest to sfera, w której rządu poddawane są ostrej krytyce przez przedsiębiorców. Dotyczy to także polskiej administracji, gdzie mimo wielu symptomów poprawy, niedosyt pozostaje nadal bardzo duży. W cieniu powszechnych narzekań uchodzą uwadze istotne dylematy. Zasygnalizujemy jedynie najważniejsze z nich.

Gros uwagi w polityce ułatwiania życia przedsiębiorcom dotyczy rejestracji i początkowej fazy prowadzenia działalności gospodarczej. Najnowsze badania i praktyczne doświadczenia wskazują, że wpływ tego typu ułatwień na poziom aktywności przedsiębiorczej nie jest aż tak istotny. Jeszcze niedawno dyżurnym tematem w mediach była skomplikowana procedura rejestracji działalności gospodarczej. Obecnie funkcjonuje już „jedno okienko”. Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością można, w uproszczonym trybie, zarejestrować w 24 godziny. Jednakże tak istotne usprawnienie procedur administracyjnych nie spowodowało wzrostu liczby nowych podmiotów gospodarczych. Podobne wnioski nasuwają się na podstawie doświadczeń innych krajów, na przykład Portugalii (Branstetter i in., 2014). Wprowadzone w tym kraju w 2005 r. radykalne ułatwienia w prowadzeniu działalności gospodarczej zwiększyły liczbę zarejestrowanych podmiotów, ale tylko tych najsłabszych, o znikomym udziale w wartości dodanej i zatrudnieniu.

Postulat uproszczenia wszelkiego rodzaju obowiązków administracyjnych jest niewątpliwie słuszny. Nie można jednak pomijać możliwych negatywnych skutków, zwłaszcza dla przedsiębiorców o ambicjach rozwojowych. Przykładowo ograniczenie wymogów kapitałowych dotyczących spółek z ograniczoną odpowiedzialnością do 5 tys. PLN, a także plany wprowadzenia formy bezkapitałowej spółki z o.o. na krótką metę są dla przedsiębiorców korzystne. Prowadzą jednak do obniżenia rangi tej formy prawnej, która w obrocie gospodarczym kojarzy się powszechnie z prowadzeniem biznesu na solidnych podstawach finansowych. Ma to szczególne znaczenie zwłaszcza w obrocie międzynarodowym, gdzie firmy z krajów postkomunistycznych bardzo często napotykają barierę zaufania i braku wiarygodności.

Z kolei przesunięcie w 2008 r. obowiązkowego progu obrotów, przy którym firmę obowiązuje prowadzenie pełnej księgowości w jednoosobowej działalności i w spółkach osobowych z 800 tys. do 1,2 mln euro (ok. 5 mln PLN) spowodowało niewątpliwie obniżkę kosztów obsługi księgowej. W momencie ubiegania się o kredyt pojawiają się jednak negatywne skutki prowadzenia uproszczonej księgowości. Dla banku prowadzenie pełnej księgowości to ważne kryterium w ocenie zdolności kredytowej. Podobnie, gdy przedsiębiorca podejmuje decyzję o informatyzacji poszczególnych obszarów funkcjonowania, a zwłaszcza wdrożenia systemu rachunkowości zarządczej, zderza się z problemem, że większość dostępnych na

rynku programów dostosowana jest do systemu pełnej księgowości. Nawijając współpracę z kontrahentami zagranicznymi, przedsiębiorca może być poproszony o zaprezentowanie sprawozdań finansowych w porównywalnej formie, a więc z zastosowaniem reguł pełnej księgowości.

Wszystkie te sytuacje – zaciągnięcie kredytu, potrzeba wdrożenia nowoczesnych systemów informatycznych czy nawiązanie współpracy międzynarodowej – mogą wystąpić, zanim firma osiągnie próg 5 mln PLN rocznego obrotu. Warto zwrócić uwagę, że w 2012 r. pełną księgowość prowadziło tylko 1,6% wszystkich podmiotów zarejestrowanych jednoosobowo bądź w formie spółki osobowej (GUS, 2014a, s. 49). W tym kontekście mogą budzić wątpliwości plany rządu w kierunku dalszego ograniczenia tej liczby, poprzez zwiększenie wspomnianego limitu rocznych obrotów do 2 mln euro (ponad 8 mln PLN).

Kolejne działania ułatwiające życie przedsiębiorcom dotyczą ograniczenia w przekazywaniu informacji do GUS. Powoduje to, że wiedza na temat stanu i tendencji rozwojowych w sektorze przedsiębiorstw jest bardzo ograniczona. W tej dziedzinie Polska pozostaje daleko za krajami skandynawskimi, Niemcami, Holandią, a także Stanami Zjednoczonymi. Dotyczy to również danych ekonomiczno-finansowych podmiotów gospodarczych, których jawność i wiarygodność sprzyjają budowaniu klimatu zaufania i pewności obrotu gospodarczego. Dane takie można uzyskać z wywiadowni handlowych, ale, rzecz jasna, wiąże się to z dodatkowym kosztem. Stosunkowo prostym sposobem minimalizacji mitręgi administracyjnej jest rozszerzenie zakresu pozakazywania informacji w postaci elektronicznej, co zresztą już ma miejsce.

Warto też wspomnieć o trudnych relacjach między przedsiębiorcami a aparatem administracyjnym, przede wszystkim skarbowym. W świadomości społecznej wykreowany został obraz bezdusznego urzędnika skarbowego, wykorzystującego każdą możliwość, by wydrenować kieszeń bezbronnego przedsiębiorcy. Naganne przypadki w tej dziedzinie oczywiście się zdarzają i trzeba je eliminować. Jednocześnie trzeba też uznać, że sprzeczność między interesem przedsiębiorcy a aparatem skarbowym, reprezentującym interes publiczny, ma charakter obiektywny. Dla przedsiębiorcy podatki to specyficzny koszt prowadzenia działalności, który to koszt ma prawo ograniczać, w ramach obowiązujących przepisów. Z kolei działając w ramach tych samych przepisów, urzędnik skarbowy ma obowiązek skrupulatnie wyegzekwować wszelkie należne daniny na rzecz Skarbu Państwa. Nieporozumieniem jest zatem oczekiwanie, że aparat skarbowy będzie dobroczyńcą dla przedsiębiorcy. Urzędnicy mogą być bardziej przyjaźni i uprzejmi, ale czy sympatyczna forma pisma z urzędu skarbowego, wzywającego do uregulowania zaległości podatkowej, zmieni nastawienie przedsiębiorcy i poprawi mu humor?

Trzeba także realistycznie podejść do powszechnych postulatów uproszczenia systemu podatkowego. Należy eliminować ewidentne niedoróbki, ale mieć też świadomość obiektywnej sprzeczności między postępującą złożonością procesów gospodarczych a prostymi przepisami podatkowymi. Jeśli chcemy zapewnić realizację obowiązków fiskalnych przez przedsiębiorców, trudno na przykład w ramach obowiązującego systemu podatkowego abstrahować od skutków zastosowania Internetu w gospodarce. W wielu dziedzinach potrzebne są niestety szczegółowe i dość skomplikowane regulacje, by wyeliminować luki, ułatwiające uchylanie się od podatków.

Powyższe uwagi nie mają na celu podważania celowości prowadzenia dalszych działań na rzecz zmniejszenia obciążeń administracyjnych. Wskazują jednak na zagrożenia, gdy ułatwienia dla przedsiębiorców na początkowym etapie rozwoju, o najsłabszym potencjale finansowym i kadrowym, mogą utrudniać realizację ambicji przedsiębiorców zorientowanych na rozwój. Postulat maksymalnego ułatwiania warunków dla rozpoczynania działalności umacnia niekorzystny wizerunek przedsiębiorcy jako osoby nieporadnej i niedysponującej własnymi środkami. Taki przekaz kłóci się z potrzebą profesjonalizacji funkcji przedsiębiorcy i potrzebą przyciągnięcia dobrze wykształconych kandydatów na przedsiębiorców, z doświadczeniem i ambicjami rozwojowymi, a także środkami finansowymi na rozruch.

Jednocześnie w prowadzonej w naszym kraju debacie publicznej nie zwraca się uwagi na mocne strony naszego systemu obsługi przedsiębiorców. Takim atutem jest niewątpliwie rozwinięty sektor usług księgowych. W Polsce działa ponad 45 tysięcy biur rachunkowych świadczących także podstawowe usługi doradztwa podatkowego. Są one powszechnie dostępne, reprezentują dobry poziom i są stosunkowo tanie, co powoduje, że dla mikrofirm, a także części małych podmiotów nie opłaca się prowadzić własnej księgowości. Z bardzo przybliżonych szacunków wynika, że z usług biur rachunkowych korzysta ok. 60% wszystkich podmiotów gospodarczych (Starter, 2013). W tym sektorze usług obserwujemy zjawisko stopniowego przechodzenia na rozwiązania online, w relacjach klient–biuro rachunkowe, jak również w przekazywaniu dokumentacji do urzędów podatkowych, ZUS czy GUS. Podobne procesy występują w systemach księgowych prowadzonych przez przedsiębiorców we własnym zakresie. Takie tendencje trzeba wspierać, bo z pewnością spowoduje to zmniejszenie obciążeń administracyjnych i kosztów z tym związanych.

■ Instytucje otoczenia biznesu (IOB)

Pod pojęciem instytucji otoczenia biznesu (alternatywna nazwa to ośrodki innowacji i przedsiębiorczości) kryją się organizacje świadczące różnorodne wsparcie dla przedsiębiorców, szczególnie dla firm małych i początkujących.

Stowarzyszenie Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce w swoim Raporcie za 2012 r. wymienia ponad 800 tego typu organizacji, choć nie jest to z pewnością zestawienie pełne (Bąkowski i Mażewska, 2012).

Rozkwit instytucji otoczenia biznesu nastąpił po przystąpieniu Polski do UE. Uznano wtedy, że rynek usług doradczych dla biznesu w nowych krajach członkowskich nie nadąża za potrzebami i należy wesprzeć organizacje świadczące tego typu usługi, nienastawione na zysk (not for profit). Dodatkowym argumentem za takim wsparciem była ograniczona skłonność małych przedsiębiorców do korzystania z usług zewnętrznych doradców, świadczonych na zasadach komercyjnych. Z tego względu, w początkowym etapie, usługi te muszą być dotowane bądź wręcz świadczone nieodpłatnie.

Jeśli chodzi o rodzaje i zakres działalności IOB, mamy tu odzwierciedlenie głównych kierunków polityki przedsiębiorczości przedstawionej w podrozdziale VIII.2.4. Stosunkowo mniej liczne, ale angażujące znaczące środki publiczne, są instytucje wspierające innowacyjność – parki i inkubatory technologiczne. W sferze finansowania innowacji są to fundusze kapitału zaangażowanego oraz sieci aniołów biznesu.

Na drugim biegunie mamy ośrodki doradztwa, skoncentrowane na wspieraniu początkujących przedsiębiorców i generalnie mniejszych firm. Są to inkubatory przedsiębiorczości, centra biznesu, ośrodki szkoleniowo-doradcze⁹. Szczególną rolę w pokonywaniu „zakłętą kręgu niezdolności kredytowej” odgrywają fundusze pożyczkowe i fundusze poręczeń kredytowych. To sprawdzona na całym świecie forma finansowania działalności małych początkujących firm, do czasu aż spełnią wymogi wiarygodności, pozwalające na uzyskanie kredytu bankowego.

W ramach autonomicznego nurtu wspierania ambicji rozwojowych należy wymienić agendy rządowe zajmujące się wspieraniem przedsiębiorców w wychodzeniu na rynki międzynarodowe. Na terenie kraju działanie takie prowadzi 16 Centrów Obsługi Eksporterów i Inwestorów (COIE). Za granicą obsługę polskich firm przejmują Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, funkcjonujące przy ambasadach RP.

Brak jest natomiast instytucji wyspecjalizowanych we wspieraniu ambicji wzrostowych, niekoniecznie związanych z eksportem. Tego typu agendy istnieją, jak dotąd, tylko w nielicznych krajach. Dobrym przykładem jest tu szkocka agenda rządowa Scottish Enterprise, w której w 2002 r. powołano jednostkę udzielającą wsparcia dynamicznym start-upom (High-Growth Start-Up Unit) (Upper Quartile, 2013). Warto wskazać na kryteria kwalifikujące do programu, akcentujące wysoką dynamikę wzrostu:

⁹ Szczegółowe omówienie poszczególnych rodzajów instytucji otoczenia biznesu zawiera cykliczny Raport SOOiPP (Bąkowski i Mażewska, 2012).

przychody minimum 5 mln GBP w ciągu 5 lat, z jednoczesnym wskazaniem na innowacyjność i zaangażowanie międzynarodowe. W przypadku szkockiego programu zwraca uwagę jego rozmach. Indywidualna opieka ekspertów obejmuje ok. 2000 dynamicznych firm. W ramach podobnego programu realizowanego przez irlandzką agencję Enterprise Ireland wymogi rozwojowe są mniej wyśrubowane – 1 mln GBP sprzedaży w ciągu 3–4 lat, ale dodano kryterium zatrudnienia 10 osób w tym samym czasie¹⁰.

Myśląc o przyszłości całego systemu instytucji otoczenia biznesu, należy rozważyć ważną kwestię: możliwość i zasadność oparcia usług dla biznesu na mechanizmach rynkowych. W pierwszej kolejności dotyczy to usług szkoleniowo-doradczych. W rozwiniętej gospodarce rynkowej *gros* tego typu usług dla biznesu świadczą prywatne podmioty na zasadach komercyjnych. Jak podkreślaliśmy wcześniej, w Polsce mamy bardzo rozwinięty segment usług księgowych. Na generalnie niezłym poziomie świadczone są usługi szkoleniowo-doradcze. Postulat urynkowienia jest więc w tych dziedzinach w pełni uzasadniony.

Wtedy jednak konieczna byłaby reorganizacja znacznej części istniejących instytucji otoczenia biznesu, w kierunku zmniejszenia udziału środków unijnych w ich przychodach. Powinny one świadczyć odpłatne usługi dla biznesu, pozyskiwać prywatnych sponsorów, a w stowarzyszeniach pokrywać koszty działalności z opłat członkowskich. Główny dylemat, jaki pojawia się w tym kontekście, to celowość utrzymywania preferencji w dostępie do środków publicznych dla podmiotów nienastawionych na zysk, uczestniczących w realizacji różnych programów pomocowych, adresowanych do przedsiębiorców.

3.4. Społeczny klimat wokół przedsiębiorczości i przedsiębiorców

Mówiąc o społecznym klimacie, mamy na myśli ukształtowane w społeczeństwie poglądy i postawy wobec przedsiębiorczości, zarówno jako własnej ścieżki aktywności ekonomicznej, jak i podejmowanej przez innych. Trzeba na wstępie zaznaczyć, że generalnie wizerunek przedsiębiorców w społeczeństwie uległ w ciągu 25 lat zasadniczej poprawie. W okres transformacji ustrojowej wchodziliśmy z percepcją przedsiębiorcy jako „prywatniak” o wątpliwych walorach etycznych, pozostającego nierzadko na bakiem z prawem. Burzliwe pierwsze lata budowania podstaw kapitalizmu, nawet umocniły takie oceny, i przekonanie, że „pierwszy milion trzeba ukraść”. W ciągu kolejnych lat pozycja społeczna przedsiębiorców stopniowo się umacniała i obecnie, po 25 latach transformacji, można uznać, że cieszą się oni jeśli nie szacunkiem, to na pewno uznaniem.

¹⁰ <http://www.enterprise-ireland.com/en/funding-supports/Company/HPSU-Funding/>.

Obecnie prowadzenie własnej działalności gospodarczej o różnej skali stanowi trwały element polskiego krajobrazu społeczno-gospodarczego. Przedsiębiorczość stała się udziałem wielu milionów ludzi. Jednocześnie wokół przedsiębiorczości narosło wiele nieporozumień, iluzji i mitów. Jak podkreślaliśmy we Wstępie, ta sfera życia społecznego została zdominowana przez tzw. prawdy obiegowe (*conventional wisdom*), o których słuszności decyduje fakt, że są bezkrytycznie powtarzane przez wiele osób. Towarzyszy temu formułowanie „genialnie prostych recept”, które zdaniem ich autorów mogą bardzo szybko poprawić sytuację. Zdecydowanie za mało jest podejścia zdroworozsądkowego (*common sense approach*), opartego na potwierdzonych empirycznie faktach.

By prowadzić skuteczną politykę rozwoju przedsiębiorczości i osiągać założone cele makroekonomiczne, a jednocześnie działać zgodnie z oczekiwaniami społeczeństwa, w tym samych przedsiębiorców, trzeba przewartościować poglądy i postawy w ważnych kwestiach dotyczących przedsiębiorczości, które podstawiamy poniżej.

- ➔ W obiegu społecznym powszechny jest pogląd, że im więcej osób para się przedsiębiorczością, tym lepiej. W świetle danych przedstawionych w rozdziale III pogląd ten nie znajduje potwierdzenia w faktach. Co więcej, można przyjąć, że Polska osiągnęła poziom nasycenia przedsiębiorcami, adekwatny do osiągniętego etapu rozwoju gospodarczego. Obecnie podstawowym kierunkiem oddziaływania w ramach polityki przedsiębiorczości powinna być poprawa jakości działania samych przedsiębiorców i podniesienie na wyższy poziom techniczno-organizacyjny prowadzonych przez nich firm.
- ➔ Innym ugruntowanym kierunkiem myślenia jest traktowanie przedsiębiorczości w dychotomicznym układzie: własna firma–praca najemna (etat). Tymczasem między tymi dwoma podstawowymi rodzajami aktywności ekonomicznej występuje „strefa pośrednia”, która we współczesnej gospodarce szybko się poszerza. W ramach polityki przedsiębiorczości ten segment musi być potraktowany odrębnie, z uwzględnieniem równoległych działań, podejmowanych w ramach polityki rynku pracy i, szerzej, polityki społecznej.
- ➔ Przedmiotem burzliwych sporów na gruncie teorii i praktyki gospodarczej jest związek między przedsiębiorczością a wdrażaniem innowacji. W proponowanym podejściu są to dziedziny ściśle powiązane, ale nie tożsame. Silna motywacja rozwojowa przedsiębiorców i innowacje to po części niezależne „silniki” rozwoju i nie ma potrzeby rezygnować z żadnego z nich. Szczególnie należy doceniać i wspierać tych

przedsiębiorców, którzy chcą się dynamicznie rozwijać, choć niekoniecznie przez wdrażanie zaawansowanych technologii.

- ➔ Podstawowym kanonem współczesnej polityki przedsiębiorczości jest ograniczenie jej zakresu podmiotowego do firm małych i średnich. Idzie za tym przypisywanie sektorowi MŚP cech pozytywnych, co jest często zabarwione emocjonalnie (np. gdy mówimy o firmach rodzinnych). Na tym tle percepcja społeczna firm dużych jest znacznie mniej korzystna. Tymczasem, jak podkreślaliśmy wcześniej, przeciwstawianie sektora MŚP firmom dużym nie ma ekonomicznego uzasadnienia i jest wręcz szkodliwe. Zgodnie z proponowaną koncepcją autonomicznej polityki przedsiębiorczości podmioty o różnej skali wielkości mają do spełnienia różne funkcje w gospodarce. Ważnym kierunkiem rozwoju mniejszych firm jest kooperacja z dużymi korporacjami. Warto także zwrócić uwagę na ewidentną sprzeczność między polityką wspierania firm nastawionych na rozwój a hasłem „małe jest piękne”. Faktycznie bowiem staramy się przekonać dynamicznych przedsiębiorców, że „średnie, a potem duże jest piękne”.
- ➔ Aktywność przedsiębiorcza rodzi generalnie pozytywne skutki zarówno dla samych właścicieli, jak i gospodarki, jako całości. Tak jak w innych sferach działalności człowieka może też wywoływać skutki negatywne, a niekiedy wręcz destrukcyjne. Takie zjawiska muszą być także brane pod uwagę w ramach polityki przedsiębiorczości.
- ➔ Szczególnie dużo emocji i nieporozumień budzi relacja przedsiębiorca–organy administracji reprezentujące interesy państwa. Próby uporządkowania tej dziedziny trzeba rozpocząć od uznania obiektywnej różnicy interesów między obydwoma stronami, jeśli chodzi wysokość danin publicznych. Jednocześnie jednak trzeba wskazywać na znaczący obszar interesów wspólnych w relacji: wysokie (zbyt wysokie zdaniem przedsiębiorców) podatki i świadczenia ZUS – większa szansa na zapewnienie równowagi gospodarczej – korzyści dla przedsiębiorców, z tytułu funkcjonowania w warunkach zrównoważonej gospodarki.
- ➔ Cierpliwe budowanie zaufania między przedsiębiorcami a administracją to zadanie długofalowe, ale trzeba je podjąć, ponieważ w rozwiniętej gospodarce zaprojektowanie i wdrożenie rozwiązań korzystnych dla przedsiębiorców, a jednocześnie dla gospodarki, mogą się dokonać jedynie w ścisłej współpracy między obydwoma stronami. Równolegle stoimy przed wyzwaniem wzmocnienia potencjału kadrowego

administracji centralnej, regionalnej i lokalnej w obszarze współpracy z przedsiębiorcami. Trzeba przyciągnąć ludzi profesjonalnie przygotowanych, o otwartych horyzontach, którzy będą równorzędnymi partnerami dla przedsiębiorców i reprezentujących ich organizacji.

3.5. Kryteria i zasady wdrażania selektywnych instrumentów wsparcia

W środowisku polityków i badaczy przedsiębiorczości panuje zgodność, że państwo ma do odegrania znaczącą rolę, tworząc ramy instytucjonalne, w ramach których przedsiębiorcy mogą tworzyć i rozwijać własne inicjatywy biznesowe. Wątpliwości i kontrowersje budzi sensowność wdrażania selektywnych instrumentów wsparcia, adresowanych do określonych grup przedsiębiorstw.

W proponowanej koncepcji polityki przedsiębiorczości selektywne instrumenty powinny wspierać, a nie zastępować aspiracje rozwojowe przedsiębiorstw. W warunkach przyjaznego otoczenia instytucjonalnego ambitni przedsiębiorcy przechodzą na coraz wyższy poziom organizacyjny i technologiczny, jednocześnie zwiększając rozmiary działalności. Takie podejście zakłada, że „ducha” ambitnej przedsiębiorczości można identyfikować i wspierać w różnych segmentach „mapy przedsiębiorczości”. Jest to zasadniczo odmienna wizja polityki przedsiębiorczości wobec koncentracji uwagi na ściśle wyselekcjonowanych grupach, np. młodych firmach w branżach zaawansowanych technologii czy przedsiębiorstwach dynamicznych, realizujących bardzo wysoką dynamikę wzrostu.

Proponowany schemat wdrażania selektywnych instrumentów (DBWR) zakłada sekwencję następujących zdarzeń:

Dojrzałość rozwojowa (D) → Blokada (B) → Wsparcie (W) → Rozwój (R)

Głównym uzasadnieniem dla wdrażania selektywnych instrumentów polityki jest pojawianie się możliwości przejścia na wyższy poziom rozwoju, czyli tzw. rozwojowych punktów zwrotnych (*trigger points*) (Brown i Mawson, 2013). Mogą one być wywołane czynnikami o charakterze zewnętrznym (zmiany technologii, nowe regulacje) oraz wewnętrznym (osiągnięta skala działania, zmiany w strukturze własnościowej i/lub zarządu, wdrożenie nowego produktu, otwarcie nowego rynku). Tego typu szanse rozwojowe często nie są wykorzystywane przez przedsiębiorców ze względu na istniejące blokady (*stuck points*), związane z naturalną inercją, brakiem kwalifikacji, środków finansowych czy warunków technicznych (Lichtenstein i Lyons, 2010). Wdrażając selektywne instrumenty wsparcia, państwo

pomaga przedsiębiorcom w pokonaniu barier, ułatwiając tym samym przejście na wyższy etap rozwoju. Graficzną ilustrację przedstawia centralna część rysunku VII.2 na stronie 216¹¹.

W proponowanym podejściu duże znaczenie ma kryterium makroekonomicznej efektywności. Oznacza ono, że wdrażane będą tylko instrumenty wsparcia o korzystnej relacji nakłady–efekty. Mówiąc o efektach, mamy na myśli przede wszystkim zdefiniowane wcześniej mierniki realizacji głównego celu polityki przedsiębiorczości, a więc przyrost wartości dodanej, zatrudnienia i eksportu.

Jeśli chodzi o praktyczne metody wdrażania polityki przedsiębiorczości, to w wielu krajach obserwujemy interesujące eksperymenty w poszukiwaniu tzw. inteligentnych rozwiązań (*smart solutions*), gdzie znaczące pozytywne zmiany w sektorze przedsiębiorstw osiągane są za pomocą niewielkich środków. Takie podejście wpisuje się w pragmatyczny, wyważony nurt myślenia o gospodarce (Kołodko, 2014), w jego implementacyjnym wymiarze.

Mimo doskonalenia technik ewaluacyjnych w sferze usług publicznych, sam pomiar efektywności okazuje się trudny, zwłaszcza jeśli chodzi o oszacowanie efektów. W tej sytuacji sprawdzoną metodą jest stosowanie się do pragmatycznych zasad, które pozwalają zmniejszyć ryzyko nietrafionych instrumentów i projektów. Najważniejsze z nich to:

- ➔ Realizacja polityki przedsiębiorczości na bazie dobrego rozpoznania stanu i tendencji rozwojowych sektora przedsiębiorstw, a także jego wewnętrznego zróżnicowania. Obecnie, dzięki elektronicznemu systemowi gromadzenia i przetwarzania danych statystycznych, możliwości są tu nieporównanie większe, co agendy rządowe wykorzystują w ramach realizacji polityki opartej na wiedzy i faktach (*evidence-based policy*). Monitoring bieżących trendów może być realizowany przy zaangażowaniu niewielkich nakładów, wymaga jednak przeszkolenia osób odpowiedzialnych za programowanie selektywnych instrumentów wsparcia. Jeśli, przykładowo, chcemy wydatnie zwiększyć wpływy z eksportu w skali kraju, to stosunkowo łatwo można wyodrębnić spośród kilkudziesięciu tysięcy eksporterów grupę kilkuset firm, dzięki którym taki wzrost może nastąpić. Znajomość tego typu faktów nie musi od razu prowadzić do „typowania faworytów” (*picking winners*) i koncentracji wsparcia na wybranych firmach, ale z pewnością wpłynie na jakość prac programowych i skuteczność realizacji przyjętej strategii.

¹¹ Podział uwzględniający 5 poziomów zaawansowania ma charakter umowny. W praktyce powinien on być wynikiem szczegółowych analiz, z uwzględnieniem wyróżniających cech jakościowych oraz rozkładu ilościowego, w ramach poszczególnych segmentów przedsiębiorczości i gałęzi gospodarki.

- ➔ Preferencje dla działań wspierających, uruchamianych w sytuacji, gdy przedsiębiorstwo osiągnęło pewien etap dojrzałości, dzięki własnej inicjatywie i zaangażowaniu. Innymi słowy: państwo powinno wspierać już ujawnione siły motoryczne w firmach, a nie zastępować je. Takie przypadki zastępowania występują, zwłaszcza w obszarze stymulowania procesów innowacyjnych.
- ➔ Preferencja dla instrumentów niskobudżetowych. Ta zasada pozwala w sposób oczywisty ograniczyć skutki błędów wynikających z niedostatecznego rozpoznania grupy docelowej wsparcia.
- ➔ Preferencja działań o ewidentnie pozytywnej relacji nakładów do efektów. Niezależnie od trudności w ocenie efektywności stosowanego wsparcia można zidentyfikować takie „rozwojowe punkty zwrotne” w przedsiębiorstwach, których pokonanie przyniesie znaczące efekty przy bardzo niewielkich nakładach. Możemy tu mówić o poszukiwaniu tzw. inteligentnych rozwiązań (*smart solutions*) i przejawach przedsiębiorczych postaw w administracji publicznej.
- ➔ Zasada początkowego impulsu (*initial push*). Sprowadza ona interwencję państwa do inicjalnego „pchnięcia” adresatów wsparcia w pożądanym kierunku, po którym to impulsie uruchomią się pozytywne procesy w ramach samych przedsiębiorstw i dalsza pomoc państwa nie będzie potrzebna. Brak konsekwencji w stosowaniu tej zasady najlepiej widać na przykładzie inicjatyw tworzenia klastrów i sieci przedsiębiorstw. Po zakończeniu finansowania takie sieci zazwyczaj się rozpadają się, chyba że organizatorzy pozyskają dalsze środki publiczne na kolejny okres. Gdyby ta ostatnia możliwość była z góry wykluczona, być może uczestnicy wykazaliby więcej determinacji w nawiązaniu trwałych więzi, które byłyby kontynuowane, dzięki oddolnej inicjatywie.
- ➔ Preferencja dla instrumentów angażujących samych przedsiębiorców. Dotyczy to przykładowo usług szkoleniowo-doradczych. W wielu krajach, także w Polsce, przedsiębiorcy preferują pozyskiwanie wiedzy i doświadczeń od innych przedsiębiorców a w mniejszym stopniu od szkoleniowców czy konsultantów. Ten „samopomocowy” kierunek wsparcia zasługuje ze wszech miar na upowszechnienie. Efektywność wymiany wiedzy i doświadczeń jest wtedy znacznie wyższa niż w tradycyjnych szkoleniach.

4. Podsumowanie

W ramach systemowego ujęcia polityki przedsiębiorczości (rysunek VII.2, s. 216) dla osiągnięcia założonych celów ekonomicznych (wzrost wartości dodanej, zatrudnienia, eksportu) państwo wspiera aspiracje przedsiębiorców, głównie poprzez tworzenie przyjaznych ram instytucjonalnych dla prowadzenia działalności gospodarczej.

Adresatem polityki są ambitni przedsiębiorcy, która to kategoria obejmuje firmy o różnej skali działania. Uznajemy, że zróżnicowanie wewnętrzne sektora przedsiębiorstw jest zjawiskiem pozytywnym. Poszczególne grupy firm, w ramach szerokiej palety podmiotów gospodarczych, mają do spełnienia różne funkcje – nie tylko ekonomiczne, lecz także społeczne. Trzeba zatem wzmacniać pozytywne trendy w poszczególnych segmentach przedsiębiorczości.

W proponowanym ujęciu stosujemy podział na 7 podstawowych segmentów, w tym kandydatów na przedsiębiorców, przygotowujących się dopiero do uruchomienia działalności gospodarczej. Dodatkowo uwzględniamy fakt, że w ramach poszczególnych segmentów funkcjonują firmy o zróżnicowanym poziomie, jeśli chodzi o przygotowanie kadr (zwłaszcza samych przedsiębiorców), zaawansowanie technologiczne i organizacyjne prowadzonej działalności gospodarczej.

Selektywne instrumenty polityki przedsiębiorczości mogą mieć charakter uzupełniający do tworzenia ram instytucjonalnych przyjaznych przedsiębiorcom. Zgodnie z proponowanymi kryteriami i zasadami przedstawionymi w podrozdziale VII.3.5, powinny one być stosowane, by pomóc przedsiębiorcom w pokonywaniu „rozwojowych punktów zwrotnych” (rysunek VII.2, środkowa część). Przedsiębiorstwa poruszają się na indywidualnych ścieżkach rozwoju, kierując się na wyższy poziom organizacji i techniki (ruch w górę), a jednocześnie zwiększają skalę działania (ruch w prawo). Tam, gdzie pojawiają się bariery (o charakterze zewnętrznym bądź wewnętrznym), istnieją podstawy dla udzielenia wsparcia. Wiele problemów, z jakimi spotykają się ambitni przedsiębiorcy, może być rozwiązanych w ramach istniejącego systemu instytucjonalnego, bez wdrażania instrumentów selektywnych. Przykładowo: gdy młoda obiecująca firma nie uzyskuje kredytu bankowego, ze względu na brak zdolności kredytowej, może skorzystać z pożyczki ze środków funduszu pożyczkowego.

Polityka przedsiębiorczości nie może być realizowana w oderwaniu od innych celów i kierunków interwencji państwa w szerszych ramach polityki społeczno-gospodarczej. Jak podkreślaliśmy wcześniej (podrozdział VII.2), oprócz nurtu autonomicznego polityka przedsiębiorczości służy jako instrument stymulowania innowacji (polityka innowacyjna)

oraz do rozwiązywania palących problemów społecznych, występujących szczególnie na rynku pracy (polityka społeczna, polityka rynku pracy).

Wzajemne zależności między różnymi politykami występują ze szczególnym nasileniem w segmencie drobnej przedsiębiorczości. To właśnie w tym obszarze potrzebna jest właściwa koordynacja tak, by uzyskać efekty synergii, ale jednocześnie zminimalizować negatywne skutki występujących sprzeczności.

Silne związki występują także między polityką przedsiębiorczości a polityką przemysłową, zwłaszcza w kontekście omawianych wcześniej przewartościowań poglądów i krystalizowania się wizji nowej polityki przemysłowej (Warwick, 2013). W Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej powszechnie podważa się zasadność dokonanej w ostatnim ćwierćwieczu deindustrializacji i wyprowadzenia produkcji przemysłowej do krajów słabo rozwiniętych. Obecnie tę politykę uznaje się za błędną i coraz powszechniej mówi się o potrzebie reindustrializacji. Niestety procesy deindustrializacyjne dotknęły także Polskę, choć w mniejszym stopniu niż inne kraje Unii Europejskiej. W roku 2012 w przetwórstwie przemysłowym działało 175 tys. podmiotów gospodarczych, co stanowiło mniej niż 10% ogólnej liczby. Ich wkład do ogólnego zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw był jednak bardzo znaczący i wynosił 32% (GUS, 2014a, s. 54).

Inicjowanie i rozwój działalności gospodarczej w przemyśle jest generalnie trudniejsze niż w usługach, ze względu na wyższy próg kapitałowy dla uruchomienia produkcji. W ramach długofalowej strategii reindustrializacji polityka przedsiębiorczości powinna odgrywać ważną rolę, zwłaszcza w zakresie zwiększania liczby dobrze przygotowanych kandydatów na przedsiębiorców, którzy podejmą wyzwanie uruchomienia nowych przedsięwzięć biznesowych w nowoczesnych gałęziach przemysłu.

Jeśli chodzi o międzynarodową politykę ekonomiczną, wspieranie aktywności firm na rynkach zagranicznych należy do obowiązków polskich placówek dyplomatycznych. Zajmują się tym wyspecjalizowane Wydziały Promocji, Handlu i Inwestycji (WPHI). Szczególnym wyzwaniem staje się obecnie wspieranie polskich zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Coraz większa liczba średnich i dużych krajowych przedsiębiorstw wychodzi poza ramy transakcji eksportowo/importowych, w kierunku tworzenia własnej sieci handlowej, a także uruchomienia produkcji za granicą.

Przedsiębiorczość może być ważnym instrumentem rozwoju regionalnego i lokalnego. Jak dotąd związek ten nie jest dostatecznie uwzględniany w strategii rozwoju województw, miast czy gmin. Dotyczy to zarówno diagnozy obecnego stanu, jak i koncepcji włączenia przedsiębiorców do rozwoju lokalnych społeczności. Tymczasem w wielu krajach, szczególnie w USA, obserwujemy wzrost zainteresowania lokalnym wymiarem przedsiębiorczości i budowania „kapitału przedsiębiorczego” na poziomie lokalnym.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych staje się obecnie trwałym elementem systemu kształcenia na wszystkich poziomach: podstawowym, średnim i wyższym. W ostatnich latach w wielu krajach wysoko rozwiniętych, obserwujemy przesunięcie akcentów: od przygotowania młodych ludzi do zakładania własnych firm do kształtowania postaw przedsiębiorczych, które mogą być przydatne w roli przedsiębiorcy, pracownika dużej korporacji, w działalności społecznej, w kulturze i sztuce oraz administracji publicznej.

Końcowa refleksja dotyczy wykorzystania środków w ramach funduszy strukturalnych UE. W poprzedniej perspektywie budżetowej 2007–2013, autonomiczna polityka przedsiębiorczości, której celem jest rozwój przedsiębiorstw, była obecna w bardzo ograniczonym zakresie. Z pewnością trzeba ten nurt wzmocnić w nowej perspektywie, a to wymaga przegrupowania środków, a także wdrożenia nowych sposobów realizacji. Chodzi zwłaszcza o dyskutowane wcześniej „inteligentne rozwiązania” (*smart solutions*), pozwalające osiągnąć znaczące efekty, przy umiarkowanych nakładach. Warto taki wysiłek podjąć, by wykorzystać szanse wynikające z dysponowania tak znaczącymi środkami na rozwój polskiej gospodarki w ramach budżetu UE 2014–2020.

Aneks statystyczny

Tabela 1. Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce w latach 1990–2013, z wyłączeniem rolnictwa (w tys.)

Lata	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Według Rejestru REGON				1 933,8	2 060,3	2 049,8	2 342,9	2 525,2	2 757,3	2 940,5	3 070,0	3 198,9	3 254,0	3 350,3	3 356,6	3 389,2	3 405,6	3 452,0	3 537,0	3 534,3	3 695,4	3 654,8	3 760,4	3 857,1
Statystyka przed- sięsiębiorstw GUS	1 135,5	1 374,2	1 386,5	1 230,0	1 068,0	1 086,5	1 286,3	1 553,3	1 695,0	1 812,6	1 758,5	1 643,8	1 727,2	1 713,9	1 704,5	1 666,7	1 704,3	1 766,0	1 851,4	1 731,7	1 787,4	1 846,6	1 852,7	1 889,4*
GUS BAEL** działalność główna					1 323,0	1 278,0	1 348,0	1 421,0	1 478,0	1 455,0	1 378,0	1 372,0	1 334,0	1 331,0	1 331,0	1 349,0	1 382,0	1 503,0	1 550,0	1 611,0	1 686,0	1 716,0	1 680,0	1 672,0
GUS BAEL działalność pomocnicza												516,0	480,0	446,0	476,0	472,0	498,0	487,0	480,0	454,0	478,0	492,0	456,0	434,0
GUS BAEL działalność główna i pomocnicza razem												1 888,0	1 814,0	1 777,0	1 807,0	1 821,0	1 880,0	1 990,0	2 030,0	2 065,0	2 164,0	2 208,0	2 136,0	2 106,0

* Dane szacunkowe

** Badania Ekonomicznej Aktywności Ludności

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych statystycznych GUS, pochodzących z różnych publikacji GUS z lat 1990-2014 oraz dodatkowych danych specjalnie przetworzonych przez GUS.

Tabela 2. Stopa całkowitej przedsiębiorczości* w krajach OECD w latach 1989–2012 w %

Kraje w podziale na grupy	1989	1996	2002	2008	2012
Grecja	18,8	19,7	19,0	19,8	17,2
Hiszpania	12,3	13,0	12,7	13,1	11,3
Portugalia	13,4	16,7	14,7	13,1	11,0
Włochy	19,8	20,8	20,7	20,4	19,3
Kraje śródziemnomorskie	16,6	17,7	17,2	16,8	15,3
Australia	15,8	15,9	15,8	14,5	13,4
Irlandia	10,2	11,2	11,3	11,6	10,6
Kanada	10,5	12,8	12,4	12,0	11,7
Nowa Zelandia	12,0	13,7	13,5	12,8	11,8
Stany Zjednoczone	10,8	10,6	9,8	9,6	9,0
Wielka Brytania	11,3	11,2	10,4	11,5	12,3
Kraje anglosaskie	11,1	11,1	10,4	10,4	10,0
Austria	7,2	7,4	8,7	8,9	9,1
Belgia	11,1	11,9	11,5	11,1	11,7
Francja	9,9	8,6	7,9	8,6	9,3
Holandia	8,0	9,8	10,3	11,9	12,6
Niemcy	7,1	8,2	8,6	9,7	10,3
Szwajcaria	6,9	7,7	7,4	6,8	6,2
Europa Zachodnia	8,4	8,6	8,6	9,5	10,0
Dania	6,0	6,4	6,7	7,0	6,9
Finlandia	8,1	8,0	7,9	8,8	9,6
Norwegia	8,1	7,1	6,5	8,4	7,7
Szwecja	6,9	8,1	8,1	8,7	8,7
Skandynawia	7,1	7,5	7,4	8,3	8,3
Czechy	0,2	11,2	14,6	15,2	17,1
Polska	4,6	7,7	7,7	9,1	9,6
Słowacja	0,1	5,3	6,5	11,7	12,8
Węgry	6,1	12,0	10,3	9,7	8,7
Europa Środkowo-Wschodnia	3,7	8,7	9,2	10,5	11,1

* Osoby pracujące na własny rachunek jako % ludności aktywnej zawodowo. Stopy przedsiębiorczości dla poszczególnych grup krajów zostały wyliczone jako średnie ważone.

Źródło: Obliczenia własne z wykorzystaniem danych EIM/PANTEIA. Baza COMPENDIA 2012.1.

Tabela 3. Firmy dynamiczne na tle całej populacji firm w Polsce (z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw) w latach 2009–2012 (kryterium zatrudnienia Z i sprzedaży S)

Wszystkie podmioty		Razem klasy przedsiębiorstw				Do 49 pracujących				50–249 pracujących				249 + pracujących			
		Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne
Dane 2012	Jednostka	I. Firmy razem															
Liczba firm	liczba	53 151	6 867	46 284	35 412	3 448	31 964	14 577	2 320	12 257	3 162	1 099	2 063				
Przychody netto ze sprzedaży	mln	2 810,0	1 022,0	1 787,8	484,1	103,5	380,6	729,4	199,5	529,9	1 596,5	719,2	877,3				
Sprzedaż na eksport	mln	572,0	326,2	245,8	45,2	17,8	27,4	113,5	56,6	57,0	413,3	251,8	161,5				
Liczba pracujących	tys	4 977,3	1 361,0	3 616,3	810,9	82,3	728,5	1 524,4	268,5	1 255,8	2 642,1	1 010,1	1 631,9				
		II Firmy dynamiczne S = podmioty, gdzie relacja przychodów ze sprzedaży netto 2012/2009 > = 1,728															
Dane 2012		Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem
Liczba firm	liczba	5 528	1 117	4 411	2 837	375	2 462	2 089	498	1 591	602	244	358				
Przychody netto ze sprzedaży	mln	727,9	214,9	513,0	80,8	22,6	58,2	167,4	47,9	119,6	479,7	144,4	335,2				
Sprzedaż na eksport	mln	190,0	74,5	115,5	12,5	4,6	8,0	35,0	17,8	17,2	142,5	52,1	90,4				
Liczba pracujących	tys	821,8	287,8	534,0	76,0	10,6	65,4	228,5	57,6	170,9	517,2	219,6	297,7				
		III Firmy dynamiczne Z = podmioty, gdzie relacja liczby pracujących 2012/2009 > = 1,728															
Dane 2012		Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem
Liczba firm	liczba	1 682	465	1 217	534	109	425	865	237	628	283	119	164				
Przychody netto ze sprzedaży	mln	179,3	59,8	119,6	11,2	2,9	8,3	44,4	17,5	26,9	123,8	39,4	84,4				
Sprzedaż na eksport	mln	32,8	21,3	11,5	1,4	0,7	0,7	11,4	6,8	4,6	19,9	13,7	6,2				
Liczba pracujących	tys	340,4	113,9	226,5	18,4	3,8	14,6	93,5	28,0	65,5	228,4	82,1	146,3				

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Tabela 4. Zaangażowanie ekonomiczne ludności w Polsce w 2013 r.
(poza rolnictwem)

Rodzaj zaangażowania	Liczba (tys.)
Pracujący razem	13 854
Pracownicy najemni	12 108
Pomagający członkowie rodzin	74
Pracujący na własny rachunek	1 672
- solo	1 061
w tym zależni	103
- pracodawcy	611
Pracujący najemni dodatkowo pracujący na własny rachunek	434
- solo	408
- pracodawcy	26

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS (BAEL).

Tabela 5. Struktura polskich mikroprzedsiębiorstw w 2012 r.
(liczba podmiotów oraz liczba pracujących w tys.)

Kategorie mikroprzedsiębiorców	Liczba firm	Pracujący	w tym:	
			Właściciele	Pracownicy najemni
Razem	1 773,4	3 522,2	2 023,5	1 498,7
Mikropracodawcy	535,1	2 159,2	660,5	1 498,7
Przedsiębiorcy solo	1 238,3	1 363,0	1 363,0	0,0
w tym:				
Solo - działalność główna	801,6	890,5	890,5	
Hybrydowi	355,1	390,8	390,8	
Zależni	81,6	81,6	81,6	

Źródło: obliczenia własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Tabela 6. Rola mikroprzedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej w 2010 r.

	Przedsiębiorcy solo	Mikropracodawcy	Mikro-przedsiębiorstwa razem	Pozostałe (10+)	RAZEM
(w tys.)					
Liczba przedsiębiorstw					
UE-27	13 411,4	9 158,6	22 570,0	1 482,9	24 052,9
Polska	1 297,5	565,0	1 862,5	94,6	1 957,1
Liczba pracujących					
UE-27	14 300,0	29 111,6	43 411,6	91 588,4	135 000,0
Polska	1 388,5	2 061,5	3 450,0	6 082,8	9 532,8
jako % RAZEM					
Liczba przedsiębiorstw					
UE-27	55,8	38,1	93,8	6,2	100,0
Polska	66,3	28,9	95,2	4,8	100,0
Liczba pracujących					
UE-27	10,6	21,6	32,2	67,8	100,0
Polska	14,6	21,6	36,2	63,8	100,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z Bazy Eurostat.

Tabela 7. Eksport towarów i usług w 2012 r. w podziale na eksporterów marginalnych* i pozostałych

Eksporterzy według wielkości obrotów	Eksport towarów		Eksport usług	
	Liczba eksporterów tys.	Wartość mld PLN	Liczba eksporterów tys.	Wartość mld PLN
Eksporterzy razem	77,1	603,4	14,3	123,4
Eksporterzy marginalni	63,2	10,5	7,7	1,7
Eksporterzy pozostali	13,9	592,9	6,6	121,7
w %				
Eksporterzy razem	100,0	100,0	100,0	100,0
Marginalni jako % razem	82,0	1,7	53,8	1,4
Pozostali jako % razem	18,0	98,3	46,2	98,6
Średnia wartość eksportu na 1 podmiot w tys. PLN				
Eksporterzy razem		7 826,2		8 629,4
Eksporterzy marginalni		166,1		220,8
Eksporterzy pozostali		42 654,7		18 439,4

*Eksporterzy marginalni to tacy, których wartość eksportu w 2012 r. nie przekroczyła 1,1 mln PLN.

Źródło: obliczenia własne na podstawie źródłowych danych GUS i Centrum Analiz Administracji Celnej (CAAC).

Tabela 8. Udział firm z większością kapitałem zagranicznym w polskim sektorze przedsiębiorstw zatrudniających 10 i więcej osób w 2012 r.

Wszystkie podmioty	Jednostka	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne jako % razem
Liczba firm	liczba	53 151	6 867	46 284	12,9
Przychody netto ze sprzedaży	mld	2 810,0	1 022,2	1 787,8	36,4
Sprzedaż na eksport	mld	572,0	326,2	245,8	57,0
Wartość dodana	mld	616,4	208,1	408,2	33,8
Wynagrodzenia	mld	239,5	76,9	162,6	32,1
Liczba pracujących	tys.	4 977,3	1 361,0	3 616,3	27,3
Aktywa razem	mld	2 284,5	729,6	1 554,9	31,9
Nakłady na nowe środki trwałe	mld	66,8	26,0	40,8	38,9
Wartości niematerialne i prawne	mln	825,5	58,0	767,5	7,0
Wskaźnik syntetyczny*	%				30,8
Przetwórstwo przemysłowe	Jednostka	245,8	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne jako % razem
Liczba firm	liczba	14 722	2 741	11 981	18,6
Przychody netto ze sprzedaży	mld	1 050,6	483,2	567,4	46,0
Sprzedaż na eksport	mld	429,2	270,8	158,4	63,1
Wartość dodana	mld	196,2	100,8	95,3	51,4
Wynagrodzenia	mld	79,5	35,3	44,2	44,4
Liczba pracujących	tys.	1 799,1	675,6	1 123,5	37,6
Aktywa razem	mld	723,1	351,9	371,2	48,7
Nakłady na nowe środki trwałe	mld	26,8	14,4	12,3	53,9
Wartości niematerialne i prawne	mln	46,9	27,6	19,3	58,9
Wskaźnik syntetyczny*	%				47,0
Pozostałe gałęzie	Jednostka	1 361,0	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Filie zagraniczne jako % razem
Liczba firm	liczba	38 429	4 126	34 303	10,7
Przychody netto ze sprzedaży	mld	1 759,3	539,0	1 220,4	30,6
Sprzedaż na eksport	mld	142,8	55,4	87,4	38,8
Wartość dodana	mld	420,2	107,3	312,9	25,5
Wynagrodzenia	mld	160,0	41,6	118,3	26,0
Liczba pracujących	tys.	3 178,2	685,4	2 492,8	21,6
Aktywa razem	mld	1 561,4	377,7	1 183,7	24,2
Nakłady na nowe środki trwałe	mld	40,0	11,6	28,5	28,9
Wartości niematerialne i prawne	mln	778,6	30,3	748,3	3,9
Wskaźnik syntetyczny*	%				23,4

*Wskaźnik syntetyczny - średnia arytmetyczna 9 wskaźników cząstkowych

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych źródłowych GUS.

Tabela 9. Przedsiębiorstwa o liczbie 10 i więcej pracujących według wielkości, intensywności eksportu i formy własności w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.

		Razem klasy przedsiębiorstw				do 49 pracujących			50–249 pracujących			250 i więcej pracujących		
		Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe
Jednostka		I. Firmy razem												
Liczba firm	liczba	14 722	2 741	11 981	7 420	941	6 479	5 806	1 142	4 664	149,6	658	838	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	1 050,6	483,2	567,4	78,7	15,2	63,5	231,4	77,0	154,4	740,6	391,1	349,5	
Sprzedaż na eksport	mln	429,2	270,8	158,4	15,7	5,9	9,8	74,6	38,4	36,2	338,8	226,5	112,3	
Liczba pracujących	tys.	1 799,1	675,6	1 123,5	190,0	25,0	165,0	640,8	140,3	500,4	968,4	510,3	458,1	
Jednostka		II. Eksporterzy umiarkowani Ex > = 50%												
Liczba firm	liczba	3 291	1 577	1 714	1 100	491	609	1 533	680	853	658	406	252	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	369,6	277,6	92,0	15,1	6,0	9,0	66,3	38,8	27,5	288,2	232,7	55,5	
Sprzedaż na eksport	mln	297,7	232,4	65,3	11,8	4,9	6,8	52,1	31,9	20,2	233,8	195,5	38,3	
Liczba pracujących	tys.	695,6	438,8	256,9	30,7	13,5	17,1	182,2	84,3	98,0	482,7	341,0	141,8	
Jednostka		III. Eksporterzy zaawansowani Ex < = 50%												
Liczba firm	liczba	1 624	358	1 266	506	93	413	869	171	698	249	94	155	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	250,7	69,6	181,1	6,5	1,7	4,7	41,0	12,2	28,8	203,2	55,6	147,6	
Sprzedaż na eksport	mln	96,2	27,8	68,4	2,3	0,6	1,7	14,8	4,5	10,3	79,1	22,6	56,4	
Liczba pracujących	tys.	270,2	89,5	180,7	14,6	2,6	12,0	105,0	22,0	83,1	150,5	64,9	85,6	
Jednostka		IV. Eksporterzy umiarkowani Ex < = 25%												
Liczba firm	liczba	1 503	240	1 263	531	73	458	772	103	669	200	64	136	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	164,7	47,6	117,1	6,8	1,2	5,7	33,3	8,0	25,3	124,6	38,4	86,1	
Sprzedaż na eksport	mln	29,2	8,3	20,9	1,1	0,2	0,9	5,7	1,4	4,3	22,4	6,7	15,6	
Liczba pracujących	tys.	224,2	57,7	166,5	15,2	1,8	13,3	87,0	11,9	75,1	122,1	43,9	78,1	
Jednostka		V. Eksporterzy marginalni Ex < = 10%												
Liczba firm	liczba	2 728	326	2 402	1 166	122	1 044	1 277	128	1 149	285	76	209	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	184,9	78,1	106,7	15,7	3,9	11,8	57,2	14,6	42,6	111,9	59,7	52,3	
Sprzedaż na eksport	mln	6,1	2,3	3,8	0,5	0,1	0,4	2,0	0,5	1,5	3,6	1,7	2,0	
Liczba pracujących	tys.	340,0	71,9	268,2	32,5	3,4	29,1	137,9	16,3	121,6	169,6	52,2	117,5	
Jednostka		VI. Nieeksporterzy												
Liczba firm	liczba	5 576	240	5 336	4 117	162	3 955	1 355	60	1 295	104	18	86	
Przychody netto ze sprzedaży	mln	80,8	10,3	70,5	34,6	2,4	32,2	33,6	3,3	30,3	12,6	4,6	8,0	
Sprzedaż na eksport	mln	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Liczba pracujących	tys.	269,1	17,8	251,4	97,1	3,6	93,5	128,6	5,9	122,7	43,5	8,3	35,2	

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Tabela 10. Firmy dynamiczne (kryterium sprzedaży) według orientacji sprzedaży, formy własności i klas wielkości w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.

Jednostka	Razem klasy przedsiębiorstw			Do 49 pracujących			50-249 pracujących			249 + pracujących		
	firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe	Firmy razem	Filie zagraniczne	Firmy krajowe
Liczba firm	2 245	590	1 655	904	161	743	1 029	276	753	312	153	159
Przychody netto ze sprzedaży	353,6	102,7	250,9	16,7	3,4	13,2	58,2	20,3	37,9	278,7	78,9	199,8
Sprzedaż na eksport	138,1	59,1	79,0	4,7	1,5	3,2	23,2	12,4	10,8	110,2	45,1	65,0
Liczba pracujących	351,7	144,5	207,3	26,0	4,7	21,3	116,5	33,4	83,2	209,2	106,3	102,8
	w tym o dynamice eksportu wyższej niż sprzedaży krajowej											
Liczba firm	812	306	506	216	78	138	426	140	286	170	88	82
Przychody netto ze sprzedaży	260,0	62,2	197,8	5,0	1,6	3,4	27,5	11,2	16,3	227,5	49,4	178,1
Sprzedaż na eksport	108,8	39,3	69,5	3,1	1,1	2,0	15,6	7,8	7,8	90,1	30,4	59,7
Liczba pracujących	182,9	83,9	99,0	6,5	2,3	4,1	50,8	17,6	33,2	125,7	64,0	61,7
	w tym o dynamice eksportu niższej niż sprzedaży krajowej											
Liczba firm	1 433	195	373	148	38	110	313	105	208	107	52	55
Przychody netto ze sprzedaży	93,6	24,6	26,9	2,0	0,5	1,5	14,1	7,2	6,9	35,3	16,9	18,5
Sprzedaż na eksport	29,3	13,4	6,2	0,5	0,3	0,2	5,8	3,8	2,1	13,3	9,3	4,0
Liczba pracujących	168,8	46,4	66,1	5,2	1,4	3,9	34,2	12,7	21,4	73,1	32,3	40,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Tabela 11. Zagraniczne inwestycje polskich podmiotów na tle inwestycji zagranicznych firm w Polsce w 2012 r.

Liczba jednostek i podstawowe dane ekonomiczno-finansowe	Razem filie zagraniczne podmiotów zarejestrowanych w Polsce (A+B)	Filie polskich firm za granicą (A)	Filie zagranicznych firm „kaskadowe” (B)	Filie zagranicznych firm w Polsce (C)	(B+C)/A
Liczba jednostek					
Liczba firm posiadających filie	1 437	1 013	424	b.d.	
Liczba oddziałów i filii	3 194	2 259	935	25 914	11,9
w tym:					
Przetwórstwo przemysłowe	1 031	741	290	5 118	7,3
Budownictwo	308	245	63	2 279	9,6
Handel i naprawy	655	489	166	7 291	15,2
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	283	151	132	2 321	16,2
Dane ekonomiczno-finansowe					
Liczba pracujących (tys.)	150,0	99,3	50,7	1 571,2	16,3
Przychody (mld PLN)	148,9	125,0	23,9	1 247,8	10,2
Eksport (mld PLN)	40,7	35,6	5,1	358,6	10,2
Import (mld PLN)	61,0	53,3	7,7	377,2	7,2
Wydatki na środki trwałe (mld PLN)	7,7	7,1	0,6	79,9	11,3
Wartość zagranicznych inwestycji bezpośrednich	Odpiływ (O)	Napływ (O)			N/O
Odpiływ/napływ w 2012 r. (mld PLN)	2,3	19,7			8,4
Stan na koniec 2012 r. (mld PLN)	177,8	728,7			4,1

Źródło: GUS (2013), NBP (2014) oraz obliczenia własne na podstawie danych źródłowych GUS.

Tabela 12. Charakterystyka polskich firm – potencjalnych kandydatów na globalnych liderów w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.

Grupy priorytetowe	Grupa 1	Grupa 2a	Grupa 2b	Grupa 3
Kategoria (wielkość firmy)	Duże	Średnie	Duże	Małe
Udział eksportu w sprzedaży	>50%	>50%	25–50%	>50%
Parametry ekonomiczne (2012)				
Liczba firm*	252	853	155	609
Średnia sprzedaż (mln PLN)	220	32	952	15
Średni eksport (mln PLN)	152	24	364	11
Przeciętne zatrudnienie (osoby)	562	115	552	28

*Faktyczna liczba adresatów wsparcia będzie mniejsza, po uwzględnieniu powiązań kapitałowych między krajowymi firmami.

Źródło: obliczenia własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Tabela 13. Segmentacja polskiego sektora przedsiębiorstw (dane 2012 r.)

	Kandydaci	Solo	Mikropraco- dawcy	Mikrofirmy razem	Mate	Średnie	Duże	Filie zagra- niczne	RAZEM
Liczba podmiotów		1 236,8	535,1	1 773,4	53,7	13,4	3,9	6,9	1 849,8
Pracujący razem		1 363,0	2 159,2	3 522,1	1 074,6	1 127,3	1 830,3	1 361,0	8 915,3
w tym Właściciele	791,9	1 363,0	660,5	2 023,5	61,2	15,2	4,4	7,8	2 112,2
Pracownicy			1 498,7	1 498,7	1 013,4	1 112,0	1 825,8	1 353,2	6 803,1
Przychody		222,5	589,9	816,9	384,7	435,2	1 025,7	1 022,2	3 680,2
Wartość dodana		61,6	163,3	224,9	74,0	101,9	242,6	208,1	851,6
jako % RAZEM									
Liczba podmiotów		66,9	28,9	95,9	2,9	0,7	0,2	0,4	100,0
Pracujący razem		15,3	24,2	39,5	12,1	12,6	20,5	15,3	100,0
Właściciele		64,5	31,3	95,8	2,9	0,7	0,2	0,4	100,0
Pracownicy			22,0	22,0	14,9	16,3	26,8	19,9	100,0
Przychody		6,0	16,0	22,2	10,5	11,8	27,9	27,8	100,0
Wartość dodana		7,2	19,2	26,4	8,7	12,0	28,5	24,4	100,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie źródłowych danych GUS.

Bibliografia

- Ács, Z.J., Parsons, W., Tracy, S. (2008) *High-Impact Firms: Gazelles Revisited*, U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy, June.
- Ács, Z.J., Sanders, M.W.J.L. (2013) *Knowledge spillover entrepreneurship in an endogenous growth model*, *Small Business Economics*, 41(4), s. 775–795.
- Ács, Z.J., Autio, E., Szerb, L. (2014) *National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications*, *Research Policy*, 43(3), s. 476–494.
- Ács, Z.J., Szerb, L., Autio, E. (2014) *Global Entrepreneurship and Development Index 2014*, Washington: Global Entrepreneurship Development Institute.
- Ács, Z.J., Desai, S., Klapper, L.F. (2008) *What Does “Entrepreneurship” Data Really Show? A Comparison of the Global Entrepreneurship Monitor and World Bank Group Datasets*, Washington: The World Bank, WPS4667.
- Ács, Z.J., Terjesen, S. (2013) *Born local: toward a theory of new venture’s choice of internationalization*, *Small Business Economics*, 41, s. 521–535.
- Amoros, J.E., Bosma, N. (2014) *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*, Babson Park: Babson College.
- Astebro, T., Bazzaziana, N., Braguinsky, S. (2012) *Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy*, *Research Policy*, 41, s. 663–677.
- Audretsch, D.B., Coad, A., Segarra, A. (2014) *Firm growth and innovation*, *Small Business Economics*, w druku, DOI 10.1007/s11187-014-9560-x.
- Audretsch, D.B., Thurik, A.R. (2004) *A Model of the Entrepreneurial Economy*, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2, s. 143–166.
- Audretsch, D., Aldridge, T. (2008) *Review of Radical Innovation in Small and Large Firms*, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 6, s. 241–254.
- Autio, E. (2005) *GEM 2005 High-Expectation Entrepreneurship Report. Global Entrepreneurship Monitor*, Babson Park, M.A.: Babson College.
- Bałtowski, M. (2009) *Gospodarka socjalistyczna w Polsce*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Barringer, B.R., Jones, F.F., Neubaum, D.O. (2005) *A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders*, *Journal of Business Venturing*, 20(5), s. 663–687.
- Baum, J.R., Frese, M., Baron, R. (red.) (2007) *Psychology of Entrepreneurship*, Mahwah, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Baumol, W. (2004) *Education for Innovation: Entrepreneurial Breakthrough vs. Corporate Incremental Improvements*, NBER Working Paper, No. 10578.
- Baumol, W. (2010) *The Microtheory of the Innovative Entrepreneur*, Princeton University Press. Princeton, NJ, and Oxford, UK.
- Baumol, W.J. (1990) *Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive*, *Journal of Political Economy*, 98(5), s. 893–921.
- Baumol, W.J., Litan, R.E., Schramm, C.J. (2007) *Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth And Prosperity*, New Heaven: Yale University Press.
- Bąkowski, A., Mażewska, M. (red.) (2012) *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce. Raport 2012*, Warszawa: PARP.
- Bestor, D.R., Hamp, E. (2010) *Peer to Patent: A Cure for Our Ailing Patent Examination System*, *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, 9(2), s. 16–28.
- Bhide, A.V. (2000) *The Origin and Evolution of New Business*, Oxford: Oxford University Press.

- Birch, D.L. (1979) *The Job Generation Process*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Birch, D.L., Medoff, J. (1994) *Gazelles*. W: L.C. Solmon i A.R. Levenson (red.), *Labor Markets, Employment Policy and Job Creation*. Westview Press: Boulder, CO i London, UK, s. 159–167.
- Blank, S. (2013) *Why the Lean-Start-up Changes Everything*, Harvard Business Review, May, s. 3–9.
- Blank, S., Dorf, B. (2012) *The Startup Owner's Manual*, Pescadero: K&S Ranch Press.
- Boni, M., Geodecki, T., Hausner, J., Majchrowska, A., Marczewski, K., Piątkowski, M., Starczewska-Krzysztosek, M., Tchorek, G., Tomkiewicz, J., Weresa, M.A. (2014) *Konkurencyjna Polska. Jak awansować w światowej lidze gospodarczej? Rekomendacje*, Kraków: Fundacja GAP.
- Bosma, N., Wennekers, S., Amoros, J.E. (2012) *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report*, Babson Park, M.A.: Babson College.
- Branstetter, L., Lima, F., Taylor, L.J., Venâncio, A. (2014) *Do Entry Regulations Deter Entrepreneurship and Job Creation? Evidence from Recent Reforms in Portugal*, Economic Journal, 124(577), s. 805–832.
- Bresnahan, T.F., Trajtenberg, M. (1995) *General Purpose Technologies 'Engines of Growth'?* Journal of Econometrics, 65, s. 83–108.
- Brown, R., Mawson, S. (2013) *Trigger points and high-growth firms. A conceptualisation and review of public policy implications*, Journal of Small Business and Enterprise Development, 20(2), s. 279–295.
- Burke, A.E., FitzRoy, F.R., Nolan, M.A. (2008) *What makes a die-hard entrepreneur? Beyond the employee or entrepreneur' dichotomy*, Small Business Economics, 32, s. 93–115.
- Carland J.W., Carland J.C., Ensley M.D. (2001) *Hunting the Heffalump: The Theoretical Basis and Dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index*, Academy of Management Journal, 2(7), s. 51–83.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, A.R. and Wennekers, S. (2007) *The relationship between economic development and business ownership revisited*, Entrepreneurship and Regional Development, 19, s. 281–291.
- Chandler, G.N., McKelvie, A., Davidsson, P. (2009) *Asset specificity and behavioral uncertainty as moderators of the sales growth — Employment growth relationship in emerging ventures*, Journal of Business Venturing, 24, s. 373–387.
- Chesbrough, H.W. (2003) *Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology*, Boston: Harvard Business School Press.
- Chojna, J. (red.) (2012) *Inwestycje zagraniczne w Polsce 2010–2012*, Warszawa: IBRKK.
- Cieślak, J. (2010) *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Warszawa WAiP.
- Cieślak, J. (2011) *Entrepreneurship and Ethics: The Start-Up Flaw*. W: W.W. Gasparski, L.V. Ryan, S. Kwiatkowski (red.), *Entrepreneurship Values and Responsibility*, New Brunswick: Transaction Publishers, s. 279–289.
- Cieślak, J. (2014) *Przedsiębiorczość a zatrudnienie*. W: G.W. Kołodko (red.), *Zarządzanie i polityka gospodarcza dla rozwoju*, Warszawa: Poltext, s. 165–190.
- Cieślak, J., Guliński, J., Matusiak, K.B., Skala-Poźniak, A. (2011) *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*, Warszawa: PARP.
- Cieślak, J., Kaciak, E. (2011a) *Aktywność międzynarodowa przedsiębiorstw w warunkach transformacji ustrojowej*. W: I. Koładkiewicz, J. Cieślak (red.), *Aktywność eksportowa małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – Studia przypadków*, Warszawa: Wolters Kluwer Polska, s. 19–35.
- Cieślak, J., Kaciak, E. (2011b) *The Response of MNCs to Radical Systemic Change in a Transition Environment*, Journal of East-West Business, 17, s. 3–31.

- Cieślak, J., Kąciak, E., Welsh, D.H.B. (2010) *The Effect of Early Internationalization on Survival, Consistency, and Growth of Export Sales*, *Journal of Small Business Strategy*, 1, s. 39–64.
- Cieślak, J., Nikk, K. (2011) *Wsparcie internacjonalizacji młodych innowacyjnych firm*, Warszawa: PARP.
- Cieślak, J., van Stel, A. (2014) *Comparative Analysis of Recent Trends in Private Sector Development in CEE Transition Economies*, *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), s. 205–235.
- Ciriaci, D., Moncada-Paternò-Castello, P., Voigt, P. (2012) *Does size or age of innovative firms affect their growth persistence? -Evidence from a panel of innovative Spanish firms*, JRC-IPTS Working Papers on Corporate R&D and Innovation 2012-03, Institute of Prospective Technological Studies, Seville.
- Coliendo, M., Kunn, S. (2011) *Start-up subsidies for the unemployed: Long-term evidence and effect heterogeneity*, *Journal of Public Economics*, 95, s. 311–331.
- Cornell University, INSEAD and WIPO (2013) *The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation*, Geneva, Ithaca, and Fontainebleau.
- Daunfeldt, S.-O., Elert, N., Johansson, D. (2014) *Are High-Growth Firms Overrepresented in High-Tech Industries?*, HUI Working Papers 103, HUI Research.
- Daunfeldt, S., Halvarsson, D. (2012) *Are high-growth firms one-hit wonders? Evidence from Sweden*, HUI Working Papers 73, Stockholm.
- Daunfeldt, S.-O., Halvarsson, D., Johansson, D. (2014) *Using the Eurostat-OECD definition of high-growth firms: a cautionary note*, *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, w druku.
- Davenport, T.H. (2007) *Zarządzanie pracownikami wiedzy*, Kraków: Wolters Kluwer Polska.
- DCMS (2001) *Creative Industries Mapping Document*, London: DCMS
- de Kok, J., Vroonhof, P., Verhoeven, W., Timmermans, N., Kwaak, T., Snijders, J., Westhof, F. (2011) *Do SMEs create more and better jobs?*, Zoetermeer: EIM/Panteia.
- de Wit, G., de Kok, J. (2014) *Do Small Businesses Create More Jobs? New Evidence for Europe*, *Small Business Economics*, 42(2), s. 283-295.
- Delmar, F., Wennberg, K. (2010) *Knowledge Intensive Entrepreneurship. The Birth, Growth and Demise of Entrepreneurial Firms*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Desai, S., Ács, Z.J. (2007) *A theory of destructive entrepreneurship*, *Economic Research Papers*, No. 085/2007.
- Diefenbach, F.E. (2011) *Entrepreneurship in the Public Policy*, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Dilger, J. (2013) *Small Business Administration and Job Creation*, Washington: Congressional Research Service.
- Drucker, P.F. (1992) *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Dyduch, W. (2008), *Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej*, Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
- Eichengreen, B., Park, D., Shin, K. (2013) *Growth Slowdowns Redux: New Evidence on the Middle-Income Trap*, Working Paper 18673, Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- EIM/Panteia (2010) *Internationalization of European SMEs. Final Report*, Brussels: European Union.
- Enkel, E., Gassmann, O. (2010) *Creative imitation: exploring the case of cross-industry Innovation*, *R&D Management*, 40(3), s. 256–270.
- Etzioni, A. (1968) *The Active Society*, New York: Free Press.
- European Commission (2009) *Overview of Family-Business-Relevant Issues: Research, Networks, Policy Measures and Existing Studies*, Brussels: European Commission.

- European Commission (2011) *A Second Chance for Entrepreneurs: Prevention of Bankruptcy, Simplification of Bankruptcy Procedures and Support for a Fresh Start*, Brussels: European Commission.
- European Commission (2012) *Facilitating Transfer of Business*, Brussels: European Commission.
- European Commission (2013) *SBA Factsheet Poland*, Brussels: European Commission
- Fagerberg, J., Godinho, M.M. (2013) *Innovation and Catching-up*. W: J. Fagerberg, D.C. Mowery, R.R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford: Oxford University Press, s. 514–542.
- Feroli, M. (2012) *Can one little phone impact GDP?*, New York: JP Morgan North America Economic Research, <https://mm.jpmorgan.com/EmailPubServlet?doc=GPS-938711-0.html&h=-825pgod> (10.11.2013).
- Flew, T. (2012) *The Creative Industries Culture and Policy*, Los Angeles: Sage.
- Florida, R. (2010) *Narodziny klasy kreatywnej*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Folta, T.B., Delmar, F., Wennberg, K. (2010) *Hybrid Entrepreneurship*, *Management Science*, 56(2), s. 253–269.
- Fritsch, M., Kritikos, A.S., Rusakova, A. (2012) *Who Starts a Business and Who Is Self-Employed in Germany*, Discussion Papers of DIW, Berlin.
- Gancarczyk, M. (2010) *Wsparcie publiczne dla MSP. Podstawy teoretyczne a praktyka gospodarcza*, Warszawa: C.H. Beck.
- Gartner, W.B. (1989) „Who is an Entrepreneur?” Is the Wrong Question, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5, s. 47–67.
- Geodecki, T., Gorzelak, G., Górniak, J., Hausner, J., Mazur, S., Szlachta, J., Zaleski, J. (2012) *Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu*, Kraków: Fundacja GAP.
- Gerschenkron, A. (1962) *Economic Backwardness in Historical Perspective*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011) *Przedsiębiorczość*, Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Gorynia, M., Bartosik-Purgat, M., Jankowska, B., Owczarzak, R. (2006) *Efekty zewnętrzne bezpośrednich inwestycji zagranicznych – aspekty teoretyczne i wyniki badań empirycznych*, *Ekonomista*, 2, s. 185–204.
- Gorynia, M., Samelak, O. (2013) *Przegląd badań nad funkcjonowaniem filii korporacji transnarodowych w Polsce*, *Gospodarka Narodowa*, 10, s. 69–92.
- Gottschalk, P. (2009) *Entrepreneurship in Organised Crime: Entrepreneurs in Illegal Business*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Gruszecki, T. (1994) *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*, Warszawa: Cedor.
- Gruszecki, T. (2002) *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- GUS (2011) *Praca nierejestrowana w Polsce w 2010 r.* Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2012) *Osoby niepełnosprawne na rynku pracy w 2011 r.*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2013a) *Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w 2012 r.*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2013b) *Nauka i technika w 2012 r.*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2013c) *Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2013*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2014c) *Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2008–2012*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.

- GUS (2014a) *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 r.*, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
- GUS (2014b) *Grupy przedsiębiorstw w Polsce w 2012 r.*, Warszawa: GUS.
- GUS (2014d) *Wybrane wskaźniki przedsiębiorczości*, Warszawa: GUS.
- Haltiwanger, J.C., Jarmin, R.S., Miranda, J. (2010) *Who Creates Jobs? Small Vs. Large Vs. Young*, NBER Working Paper Series, August.
- Hausner, J. (red.) (2013) *Konkurencyjna Polska Jak awansować w światowej lidze gospodarczej?*, Kraków: Fundacja GAP.
- Heckman, J.J. (2001) *Micro Data, Heterogeneity, and the Evolution of Public Policy: Nobel Lecture*, *Journal of Political Economy*, 109(4), s. 673–748.
- Henrekson, M., Johansson, D. (2010). *Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence*, *Small Business Economics*, 35(2), s. 227–244.
- Hofmokr, J. (2009) *Internet jako nowe dobro wspólne*, Warszawa: WAIp.
- Hofmokr, J., Tarkowski, A., Ostrowski, I., Werner, M., Werner, K., Bartosiak, J., Soldakutzmann, D., Hess, P. (2011) *Mapa drogowa otwartego rządu w Polsce*, Warszawa: Centrum Cyfrowe Projekt Polska.
- Hollanders, H., Es-Sadki, N. (2013) *Innovation Union Scoreboard 2013*, Brussels: European Commission.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., Thurik, R. (2010) *What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research*, *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), s. 1–42.
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs*, Kraków: Insignis Media.
- Jain, S., Georgeb, G., Maltarichc, M. (2009) *Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity*, *Research Policy*, 38, s. 922–935.
- Jones, M.K., Latrille, P.L. (2011) *Disability and self-employment: Evidence for the UK*, *Applied Economics*, 43, s. 4161–4178.
- Kasner, K. (2012) *Wpływ luki kapitałowej na innowacyjność przedsiębiorstw*. W: T. Baczeko (red.), *Raport o innowacyjności gospodarki Polski w 2011 roku*, Warszawa: INE PAN, s. 143–146.
- Katz, J.A., Green II, R.P. (2011) *Entrepreneurial Small Business*, New York: McGraw Hill.
- Kautonen, T., Tornikoski, E.T., Kibler, E. (2011) *Entrepreneurial Intentions in the Third Age: The Impact of Perceived Age Norms*, *Small Business Economics*, 37(2), s. 219–234.
- Kautonen, T., Down, S., Welter, F., Vainio, P., Palmroos, J., Althoff, K., Kolb, S. (2010) *“Involuntary self-employment” as a public policy issue: a cross-country European review*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), s.112–129.
- Kautonen, T., Down, S., South, L. (2008) *Enterprise support for older entrepreneurs: the case of PRIME in the UK*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(2), s. 85–101.
- Kelley, D.J., Bosma, N., Amoros, J.E. (2011) *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*, Babson Park, M.A.: Babson College.
- Kierzkowski, T. (red.) (2014) *Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2014*, Warszawa: Bank Pekao SA.
- Kieżun, W. (2012) *Patologia transformacji*, Warszawa: Poltext.
- Klapper, L., Lewin, A., Delgado, J.M.Q. (2009) *The Impact of the Business Environment on the Business Creation Process*, Washington: The World Bank, WPS4937.
- Klein, P.G., McGahan, A.M., Pitelis, C.N., Mahoney, J.T. (2010) *Toward a Theory of Public Entrepreneurship*, *European Management Review*, 7, s. 1–15.

- Kołodko, G.W. (2014) *The New Pragmatism, or Economics and Policy for the Future*, Acta Oeconomica, 64(2), s. 139–160.
- Komisja Europejska (2006) *Nowa definicja MŚP. Poradnik dla użytkowników i wzór oświadczenia*, Bruksela: Wspólnoty Europejskie.
- Koster, S. (2006) *Whose child? How existing firms foster new firm formation: individual start-ups, spin-outs and spin-offs*, Groningen: Rijksuniversiteit Groningen
- Kowalska, A. (red.) (2009) *Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania*, Warszawa: PARP.
- Kryńska, E. (red.) (2007) *Praca na własny rachunek – determinanty i implikacje*, Warszawa: IPiSS.
- Kurczewska, A. (2013) *Przedsiębiorczość*, Warszawa: PWE.
- Kwiatkowski, S. (2002) *Przedsiębiorczość intelektualna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Layard R. (2006) *Happiness. Lessons From a New Science*, London: Penguin.
- Lichtenstein, G.A., Lyons, T.S. (2010) *Investing in Entrepreneurs. A Strategic Approach for Strengthening Your Regional and Community Economy*, Santa Barbara: Praeger.
- Longenecker, J.G., Petty, J.W., Palich, L.E., Hoy, F. (2011) *Small Business Management: Launching and Growing Entrepreneurial Ventures*, South-Western Cengage Learning, Mason, OH.
- Lundstrom, A., Stevenson, L.A. (2005) *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*, New York: Springer.
- Mair, J., Robinson, J., Hockerts, K. (2010) *Przedsiębiorczość społeczna*, Warszawa: Wydawnictwo WSP TWP.
- Matusiak, K.B. (2010) *Budowa powiązań nauki z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Matusiak, K.B. (2011) *Narodowy System Innowacji*. W: K.B. Matusiak (red), *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, Warszawa: PARP, s. 167–170.
- Mazzucato, M. (2013) *The Entrepreneurial State. Debunking Public vs. Private Sector Myths*, London: Anthem Press.
- Metcalf, S., Ramlogan, R. (2008) *Innovation systems and the competitive process in developing economies*, Quarterly Review of Economics and Finance, 48(2), s. 433–446.
- Moore, G.A. (1999), *Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers*, New York: Harper Collins Publishers.
- Mustar, P., Renault, M., Colombo, M.G., Piva, E., Fontes, M., Lockett, A. (2006) *Conceptualising the heterogeneity of research-based spin-offs: A multi-dimensional taxonomy*, Research Policy, 35, s. 289–308.
- NBP (2014) *Polskie i zagraniczne inwestycje bezpośrednie*, Warszawa: NBP.
- Neumark, D., Wall, B., Zhang, J. (2008) *Do Small Businesses Create More Jobs? New Evidence from the National Establishment Time Series*, NBER Working Paper No. 13818, Cambridge, MA, February.
- Noga, A. (2009) *Teorie przedsiębiorstw*, Warszawa: PWE.
- Nordhaus, W.D. (2005) *Schumpeterian Profits and the Alchemist Fallacy*, Yale Economic Applications and Policy Discussion Paper No. 6, April.
- Noveck, B.S. (2006) *Reform*, Harvard Journal of Law & Technology, 20(1), s. 123–162.
- Nowakowska, A. (red.) (2009) *Budowanie zdolności innowacyjnej regionów*, Łódź: Wydawnictwo Biblioteka.
- OECD (2010) *Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries*, Paris: OECD.
- OECD (2012) *Closing the Gender Gap: Act Now*, Paris: OECD.
- OECD (2013a) *Entrepreneurship at a Glance*, Paris: OECD.

- OECD (2013b) *New Entrepreneurs and High Performance Enterprises in the Middle East and North Africa*, Paris: OECD.
- Pagan, R. (2009) *Self-employment among people with disabilities: Evidence for Europe*, *Disability & Society*, 24(2), s. 217–229.
- Parker, S.C. (2009) *The Economics of Entrepreneurship*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Parker, S.C. (2009) *Why do small firms produce the entrepreneurs?*, *Journal of Socio-Economics*, 38, s. 484–494.
- PARP (2010) *Elastyczne formy zatrudnienia*, Warszawa: PARP.
- Paus, E. (2012) *Confronting the Middle Income Trap: Insights from Small Latecomers*, *Studies in Comparative International Development*, 47, s. 115–138.
- Piasecki, B. (red.) (1999) *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Piccaluga, A., Balderi, C., Daniele, C. (2012) *The ProTon Europe Ninth Annual Survey Report (fiscal year 2011)* Brussels: ProTon Europe.
- PKPP Lewiatan (2014) *Czarna lista barier dla rozwoju przedsiębiorczości*, Warszawa: PKPP Lewiatan.
- Podręcznik OSLO. Proponowane zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji* (2008) Warszawa: Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.
- Profit system (2014) *Raport o franczyzie w Polsce*, Warszawa: Profit system.
- Purg, D., Rant, M. (red.) (2011) *Hidden Champions in CEE and Dynamically Changing Environments*, Bled: CEEMAN.
- Ries, E. (2012) *Metoda Lean Startup*, Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovations*, Glencoe: Free Press.
- Romer, P. (1990) *Endogenous Technological Change*, *Journal of Political Economy*, 98(5), s. S71–S102.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., Bausch, A. (2010) *Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs*, *Journal of Business Venturing*, 26(4), s. 441–457.
- Samuelson, P., Scotchmer, S. (2002) *The Law and Economics of Reverse Engineering*, *The Yale Law Journal*, 111, s. 1575–1663.
- Sarasvathy, S. (2001) *Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*, *Academy of Management Review*, 26(2), s. 243–263.
- Schneider, F. (2013) *Size and Development of the Shadow Economy of 31 European and 5 other OECD Countries from 2003 to 2013: A Further Decline*, Linz (mimeo).
- Schneider, F. (red.) (2011) *Handbook on the Shadow Economy*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Schumpeter, J. (1960) *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa: PWN.
- Schumpeter, J. (1995) *Kapitalizm, Socjalizm, demokracja*, Warszawa: PWN.
- Schwab, K. (red.) (2013) *The Global Competitiveness Report 2013–2014*, Geneva: World Economic Forum.
- Shane, A.S. (2012) *Should We Count Non-Employer Businesses?* *Small Business Trends*, June 25, <http://smallbiztrends.com>.
- Shane, S. (2008) *The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths that Entrepreneurs, Investors and Policy Makers Live By*, New Haven: Yale University Press.
- Shenkar, O. (2010) *Copcats: How smart companies use imitation to gain a strategic edge*, Boston: Harvard Business Press.
- Shenkar, O. (2011) *The Challenge of Innovation*, *Ivey Business Journal*, 75(2), s. 33–35.
- Simon, H. (2009) *Tajemniczy mistrzowie XXI wieku*, Warszawa: Difin.
- Simon, H. (2014) *Tajemniczy mistrzowie – awangarda Globalii*. W: G.W. Kołodko (red.), *Zarządzanie i polityka gospodarcza dla rozwoju*, Warszawa: Poltext, s. 51–78.

- Stam, E., Bosma, N., van Witteloostuijn, A., De Jong, J. Bogaert, S., Edwards, A., Jaspers, F. (2012) *Ambitious entrepreneurship: a review of the state of the art*, Vlaamse Raad voor Wetenschap en Innovatie. StudieReeks 23. Brussels, Belgium.
- Starter (2013) *Usługi księgowo w Polsce. Edycja 2013*, Warszawa: Fundacja Rozwoju Biznesu „Starter”.
- Stawasz, E. (red.) (2008) *Zarządzanie wzrostem małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście szarej strefy*, Łódź: Uniwersytet Łódzki.
- Stevenson, H.H., Jarillo, J.C. (1990) *A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management*, Strategic Management Journal, 11, 17–27.
- Stinchcombe, A.L. (1965) *Social Structure and Organizations*, W: J.G. March (red.), *Handbook of Organizations*, Chicago: Rand McNally.
- Strohmeier, R., Tonoyan, V. (2006) *Working part- or full-time? The impact of welfare-state institutions on atypical work forms*, W: M. Dowling, J. Schmude (red.), *Empirical Entrepreneurship Research in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Stroińska, E. (2012) *Elastyczne Formy Zatrudnienia. Telepraca. Zarządzanie pracą zdalną*, Warszawa: Poltext.
- Symeonidou-Kastanidou, E. (2007) *Towards a New Definition of Organised Crime in the European Union*, European Journal of Crime, Criminal Law and Criminal Justice, s. 83–103.
- Tracy, S.L. Jr., (2011) *Accelerating Job Creation in America: The Promise of High-Impact Companies*, U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy, July.
- UNCTAD (2010a) *Creating Business Linkages: A Policy Perspective*, New York: United Nations.
- UNCTAD (2010b) *Creative Economy: A Feasible Development Option*, Geneva: United Nations.
- UNCTAD (2011) *Best Practices in Investment for Development Case Studies in FDI. How to Create and Benefit from FDI-SME Linkages. Lessons from Malaysia and Singapore*, New York: United Nations.
- UNCTAD (2012) *World Investment Report 2012*, Geneva: United Nations.
- Upper quartile (2013) *Evaluation of Scottish Enterprise Engagement with Account Managed Companies*, Edinburgh: Upper Quartile.
- Veblen, T. (1915) *The opportunity of Japan*, *Journal of Race Development*, 6, June, reprint w: L. Ardzrooni (red.) (1964), *Essays in Our Changing Order*, New York: Augustus M. Kelly, s. 248–266.
- Wach, K. (2012) *Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wadhwa, V., Saxenian, A., Rissing, B., Gereffi, G. (2007) *Americas New Immigrant Entrepreneurs*, Berkeley: Duke University.
- Wadhwa, V., Freeman, R.B., Rissing, B.A. (2008) *Education and Tech Entrepreneurship*, Berkeley: Duke University.
- Warwick, K. (2013) *Beyond Industrial Policy: Emerging Issues and New Trends*, OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 2, Paris: OECD Publishing.
- Wennberg, K., Wiklund, J., Hellerstedt, K., Nordqvist, M. (2011) *Implications of Intra-Family and External Ownership Transfer Of Family Firms: Short Term and Long Term Performance*, Strategic Entrepreneurship Journal, 5(4) s. 352–372.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M., Thurik, A.R. (2010) *The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped?*, Foundations and Trends in Entrepreneurship, 6(3), s. 167–237.
- Węclawska, D., Zbierowski, P., Tarnawa, A., Bratnicki, M. (2013) *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012*, Warszawa: PARP.

- Wickham, P.A. (2004) *Strategic Entrepreneurship*, Pearson Education, Harlow.
- Williams, C.C., Nadin, S. (2013) *Harnessing the hidden Enterprise culture. Supporting the formalisation of off-the-books business start-ups*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), s. 434–447.
- Wiśniewski, Z., Dolny, E., Jaskólska, B., Maksim, M., Śliwicki, D., Wojdyło-Preisner, M., Zawadzki, K. (2011) *Efektywność aktywnej polityki rynku pracy w świetle badań empirycznych*, Toruń: UMK.
- Zadura-Lichota, P. (red.) (2013) *Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy rozwojowe na najbliższe lata*, Warszawa: PARP.
- Zhang, Y., Li, H., Li, Y., Zhou, L-A. (2010) *A.L.FDI spillovers in an emerging market: the role of foreign firms' country origin diversity and domestic firms' absorptive capacity*, *Strategic Management Journal*, 31 (9), s. 969–989.
- Zinovyev, A. (1986). *Homo Sovieticus*, New York: Grove/Atlantic.

ELEKTRONICZNE BAZY DANYCH

- Baza danych COMPENDIA <http://data.ondernemerschap.nl/webintegraal/userif.aspx?SelectDataset=31&SelectSubset=113&Country=UK> (31.07.2014).
- Baza danych Eurostat – Business Demography Statistics http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/special_sbs_topics/business_demography (31.07.2014).
- Baza danych Eurostat Structural Business Statistics http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/data/database (31.07.2014).
- Baza danych Global Entrepreneurship Monitor (GEM) <http://www.gemconsortium.org/Data> (31.07.2014).
- Baza danych Inc. 5000 2013 <http://www.inc.com/inc5000/list> (31.07.2014).



Spis rysunków

- Rysunek I.1. Ewolucja poglądów na temat istoty przedsiębiorczości i jej roli w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego w XX i XXI w.
- Rysunek I.2. Polityka wspierania przedsiębiorczości i small businessu w cyklu życia firmy
- Rysunek I.3. Segmentacja podmiotów gospodarczych według poziomu innowacji i ambicji rozwojowych
- Rysunek I.4. Przedsiębiorczość a zarządzanie
- Rysunek I.5. Motywy ambitnych przedsiębiorców i tradycyjnego small businessu
- Rysunek I.6. Ambitny segment przedsiębiorczości
- Rysunek II.1. Oblicza przedsiębiorczości
- Rysunek II.2. Zróżnicowanie sektora drobnej przedsiębiorczości (small businessu)
- Rysunek II.3. Rodzaje przedsiębiorczości zależnej
- Rysunek II.4. Ciemniejsza strona przedsiębiorczości
- Rysunek II.5. Przejawy renesansu przedsiębiorczości
- Rysunek II.6. Cechy wyróżniające firmy dynamiczne od firm o niskim tempie wzrostu
- Rysunek II.7. Internacjonalizacja działalności początkujących firm
- Rysunek II.8. Przedsiębiorczy uniwersytet i przedsiębiorczość akademicka
- Rysunek II.9. Zróżnicowanie form przedsiębiorczości społecznej
- Rysunek III.1. Podstawowe kierunki pomiaru aktywności przedsiębiorczej
- Rysunek III.2. Liczba podmiotów zaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce w latach 1990–2013 (w tys.)
- Rysunek III.3. Wahania wskaźnika TEA w wybranych krajach w latach 2011–2013
- Rysunek III.4. Zależność między stopą przedsiębiorczości we wczesnym stadium a osiągniętym poziomem rozwoju gospodarczego (Projekt GEM)
- Rysunek III.5. Stopa początkowej przedsiębiorczości TEA w zależności od stadium rozwoju społeczno-gospodarczego w 2013 r.
- Rysunek III.6. Stopa początkowej przedsiębiorczości TEA w krajach znajdujących się w stadium gospodarki opartej na innowacjach oraz w stadium przejściowym w 2013 r.
- Rysunek III.7. Poziom całkowitej aktywności przedsiębiorczej według grup krajów OECD o różnych tradycjach kulturowych w 2012 r.
- Rysunek III.8. Zmiany w poziomie aktywności przedsiębiorczej w czterech krajach Europy Środkowo-Wschodniej 1989–2012
- Rysunek IV.1. Główne nurty w dyskusji o tworzeniu nowych miejsc pracy w sektorze przedsiębiorstw
- Rysunek IV.2. Przyrost zatrudnienia według klas wielkości przy zastosowaniu czterech metod (2007–2010 w tys.)
- Rysunek IV.3. Udział klas przedsiębiorstw w przyroście liczby pracujących w %: Polska 2004–2010 i UE 2002–2010
- Rysunek IV.4. Firmy dynamiczne jako % ogółu firm o liczbie pracujących 10 i więcej osób 2007–2010: kryterium dynamiki zatrudnienia i sprzedaży
- Rysunek IV.5. Firmy dynamiczne na tle całej populacji firm w Polsce (z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw) w latach 2009–2012 (kryterium zatrudnienia Z i sprzedaży S)
- Rysunek IV.6. Aspiracje rozwojowe początkujących przedsiębiorców w badaniach GEM w 2013 r.

- Rysunek IV.7. Porównanie odsetka początkujących przedsiębiorców planujących zatrudnienie minimum 5 osób z faktycznym udziałem firm zatrudniających minimum 5 osób w całej populacji przedsiębiorstw w krajach europejskich w latach 2011–2013.
- Rysunek IV.8. Pracownicy najemni i przedsiębiorcy (poza rolnictwem w tys. w 2013 r.)
- Rysunek IV.9. Struktura zatrudnienia w polskich mikroprzedsiębiorstwach w 2012 r. (w tys.)
- Rysunek IV.10. Przedsiębiorcy solo i mikropracodawcy w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej w 2010 r.
- Rysunek V.1. Rodzaje dyfuzji innowacji w gospodarce
- Rysunek V.2. Struktura branżowa 5000 firm dynamicznych (gazel) uczestniczących w rankingu Inc. 2013 (% liczby firm oraz przyrostu obrotów i zatrudnienia w latach 2009–2012)
- Rysunek V.3. Wdrażanie innowacji – perspektywa makro- i mikroekonomiczna
- Rysunek V.4. System innowacji zamkniętych i otwartych
- Rysunek V.5. Wydatki na B+R jako % PKB i udział sektora przedsiębiorstw w tych wydatkach w 2010 r.
- Rysunek V.6. Skłonność początkujących przedsiębiorców do wdrażania innowacji w badaniu GEM w 2013 r.
- Rysunek V.7. Wdrażanie innowacji w sektorze przedsiębiorstw
- Rysunek VI.1. Orientacja międzynarodowa początkujących przedsiębiorców w badaniu GEM w 2013 r.
- Rysunek VI.2. Eksport towarów i usług w 2012 r. w podziale na eksporterów marginalnych (do 1,1 mln PLN) i pozostałych (% liczby eksporterów i wartości eksportu)
- Rysunek VI.3. Liczba przedsiębiorstw kontrolowanych przez kapitał zagraniczny w Polsce w latach 2003–2012
- Rysunek VI.4. Procentowy udział firm z większościowym kapitałem zagranicznym w polskim sektorze przedsiębiorstw zatrudniających 10 i więcej osób w 2012 r.
- Rysunek VI.5. Macierz wkładu ZIB do gospodarek poszczególnych krajów w powiązaniu z relacją skumulowanej wartości ZIB do PKB w 2011 r.
- Rysunek VI.6. Struktura podmiotowa polskiego eksportu przemysłowego według intensywności eksportu i własności (liczba firm i wartość eksportu w 2012 r. w mld PLN)
- Rysunek VI.7. Mapa polskiego eksportu przemysłowego w 2012 r. (liczba firm oraz % wartości eksportu)
- Rysunek VI.8. Liczba przedsiębiorstwa dynamicznych i wartość eksportu, według klas wielkości w przemyśle przetwórczym w 2012 r. (kryterium sprzedaży)
- Rysunek VI.9. Filie i oddziały firm polskich za granicą w latach 2008–2012
- Rysunek VII.1. Główne kierunki polityki przedsiębiorczości
- Rysunek VII.2. Polityka przedsiębiorczości – ujęcie systemowe
- Rysunek VII.3. Segmentacja podmiotów gospodarczych dla potrzeb polityki przedsiębiorczości (dane z 2012 r. w tys. i w %)

Spis tabel

- Tabela I.1. Zmiana liczby prywatnych podmiotów gospodarczych w wyniku transformacji ustrojowej w Polsce w latach 1988–2003 (w tys.)
- Tabela I.2. Podstawowe różnice między sektorem drobnej przedsiębiorczości a sektorem firm innowacyjnych nastawionych na rozwój
- Tabela III.1. Mierniki stosowane do wyodrębnienia dynamicznego, innowacyjnego segmentu przedsiębiorczości
- Tabela III.2. Struktura Indeksu GEDI
- Tabela IV.1. Rodzaje podmiotów i rodzaje form aktywności ekonomicznej uwzględniane w statystyce i badaniach zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw
- Tabela V.1. Naukowiec a przedsiębiorca: porównanie ról
- Tabela V.2. Alternatywne strategie wykorzystania innowacji w rozwoju firmy
- Tabela VI.1. Liczba eksporterów oraz filii i oddziałów zagranicznych w Polsce w latach 1988–2003
- Tabela 1. Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce w latach 1990–2013, z wyłączeniem rolnictwa (w tys.)
- Tabela 2. Stopa całkowitej przedsiębiorczości w krajach OECD w latach 1989–2012 w %
- Tabela 3. Firmy dynamiczne na tle całej populacji firm w Polsce (z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw) w latach 2009–2012 (kryterium zatrudnienia Z i sprzedaży S)
- Tabela 4. Zaangażowanie ekonomiczne ludności w Polsce w 2013 r. (poza rolnictwem)
- Tabela 5. Struktura polskich mikroprzedsiębiorstw w 2012 r. (liczba podmiotów oraz liczba pracujących w tys.)
- Tabela 6. Rola mikroprzedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej w 2010 r.
- Tabela 7. Eksport towarów i usług w 2012 r. w podziale na eksporterów marginalnych i pozostałych
- Tabela 8. Udział firm z większościovym kapitałem zagranicznym w polskim sektorze przedsiębiorstw zatrudniających 10 i więcej osób w 2012 r.
- Tabela 9. Przedsiębiorstwa o liczbie 10 i więcej pracujących według, wielkości, intensywności eksportu i formy własności w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.
- Tabela 10. Firmy dynamiczne (kryterium sprzedaży) według orientacji sprzedaży, formy własności i klas wielkości w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.
- Tabela 11. Zagraniczne inwestycje polskich podmiotów na tle inwestycji zagranicznych firm w Polsce w 2012 r.
- Tabela 12. Charakterystyka polskich firm – potencjalnych kandydatów na globalnych liderów w przetwórstwie przemysłowym w 2012 r.
- Tabela 13. Segmentacja polskiego sektora przedsiębiorstw (dane 2012 r.)



Indeks

A

advantages of backwardness → korzyści z zacofania
 akademicka przedsiębiorczość → przedsiębiorczość akademicka
 akademickie firmy odpryskowe (*spin-off*) 78, 150, 152–154, 188, 206, 207
 aniołowie biznesu 30, 207, 227
 aspiracje przedsiębiorcze 88, 104–107, 234
 aspiracje wzrostowe 105, 116, 122, 123, 125
aspiring entrepreneurs → przedsiębiorcy o wyższych aspiracjach

B

badania aktywności ekonomicznej ludności (BAEL, *Labour Force Survey*, LFS) 90–92, 131
 blokady rozwoju (*stuck points*) 231
born global 22, 24, 71, 74, 75, 173, 208
born to flip → przeznaczone do szybkiej sprzedaży
 branże innowacyjne 145–147
business format franchising → franczyza całościowej koncepcji biznesu
business opportunity → sposobność biznesowa

C

catching up → kraje doganiające
 cechy wrodzone → naturalne cechy
 cele polityki przedsiębiorczości 205–215
 centrale handlu zagranicznego 175
common sense approach → podejście zdroworozsądkowe
 COMPENDIA 14, 96, 97, 100
conventional wisdom → prawdy obiegowe
 czynniki instytucjonalne i kulturowe 100–102

D

deindustrialiacja 235
demonstration effect → efekt pokazowy
developmental pipeline → ścieżki rozwojowe
 drobna przedsiębiorczość 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 32, 33, 37–39, 41, 45–47, 75, 88, 208, 214, 235

międzynarodowa 75, 178, 208
 duch przedsiębiorczości 22, 31, 76, 77, 79, 80, 82, 92, 211, 212, 215, 219
 dyfuzja innowacji 69, 141, 143, 155, 204, 206
 kreatywna 163, 169
 naśladowcza 163, 169
 popytowa 141
 technologii 141
 dynamiczny rozwój 27, 28, 33, 99

E

efekt pokazowy (*demonstration effect*) 158
 efektuacja (*effectuation*) 40
 efekty rozpryskowe (*spillover effects*) 69, 140–143, 149, 167, 168, 207, 219
 efekty rozpryskowe zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB, *FDI spillover effects*) 167, 168, 183, 184, 188, 190–192, 198, 209
 efekty zewnętrzne (*externalities*) 142
effectuation → efektuacja
e-government → e-urząd
 EGQ → Kwalifikator Wzrostu Zatrudnienia
 EIP → Entrepreneurship Indicators Programme
 ekspansywna przedsiębiorczość → przedsiębiorczość ekspansywna
 eksport
 pośredni 192
 towarów 175, 177, 178, 185, 242
 usług 175, 178, 242
 eksporterzy
 intensywni 185–187
 marginalni 177, 178, 242, 244
 eksportowy *small business* 75
 Employment Growth Qualifier → Kwalifikator Wzrostu Zatrudnienia
entrepreneurial alertness → spostrzegawczość przedsiębiorcza
entrepreneurial economy → gospodarka przedsiębiorcza
entrepreneurial orientation → orientacja przedsiębiorcza
 Entrepreneurship Indicators Programme (EIP) 94, 103, 104, 116, 122, 123

e-urząd (*e-government*) 84
evidence-based policy → polityka oparta
na wiedzy
externalities → efekty zewnętrzne

F

fazy dynamicznego wzrostu 117
FDI Contrubuton Index 184
FDI spillover effects → efekty rozpryskowe
zagranicznych inwestycji
pośrednich (ZIB)
filary przedsiębiorczości 106, 107
filie
kaskadowe 194
krajowe 194
zagraniczne 163, 167, 174, 185,
188–191, 193, 197, 216, 221, 240,
243–246, 248

firmy

dynamiczne 20, 22, 30, 71, 72, 74,
75, 104, 108, 115–117, 123–125,
145, 147, 187, 208, 210, 218, 228,
240, 245
garażowe 22, 76, 151
high-tech 22, 33, 54–56, 78, 144,
150–152, 156, 188, 190, 207, 208,
210, 214
przeznaczone do szybkiej sprzedaży
152
polonijne 26, 174, 180
wysokiego wpływu (*high-impact
firms*) 114, 116, 117
z kapitałem zagranicznym (firmy
zagraniczne w Polsce) 168, 175,
181, 183, 186, 194

first mover advantage → przewaga
pierwszego wdrożenia

franczyza (*franchising*) 72–74

franczyza całościowej koncepcji biznesu
(*business format franchising*) 73

franczyzobiorca 73, 74, 159

franczyzodawca 74, 159

fundamentalna słabość nowicjusza 202,
208

fundusze wysokiego ryzyka (*venture
capital*) 28, 30, 107, 151, 153, 207

G

gazela (*gazelle*) 24, 30, 71, 103, 104, 107,
114–117, 122, 123, 144, 147

GEDI → Globalny Indeks

Przedsiębiorczości i Rozwoju

GEM → Global Entrepreneurship Monitor

General Purpose Technologies →

technologie ogólnego zastosowania

Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

30, 61, 89, 93, 103, 108, 165, 176,
219

Globalny Indeks Przedsiębiorczości

i Rozwoju (Indeks GEDI, GEDI)

105–108, 204

globalny lider 188, 195–198, 247

gospodarka korporacyjna (*managed
economy*) 21, 23, 34

gospodarka przedsiębiorcza

(*entrepreneurial economy*) 23, 24,
34

H

handel wewnątrzunijny 176

high impact firms → firmy wysokiego
wpływu

high-growth → przedsiębiorczość
dynamiczna

homo sovieticus 101, 102

hybrydowcy 49, 127

I

ICT → technologie informacyjne
i komunikacyjne

imitacja 32, 33, 141, 142, 144, 148, 149,
157–161, 163, 168, 169, 190

imitacyjna strategia rozwoju 33, 148,
158, 159, 161

imowacje 160, 163, 169

Inc. 117, 120, 144, 146, 147

Indeks GEDI → Globalny Indeks

Przedsiębiorczości i Rozwoju

industrial districts → okręgi przemysłowe

initial push → zasada początkowego
impulsu

innowacje 11, 13, 14, 19, 20, 22, 23,
29, 31–34, 46, 66, 67, 69, 71, 72,
88, 96, 98, 99, 102, 104, 107, 108,
113, 118, 125, 126, 137, 139–150,
154–158, 160–169, 176, 177, 191,
203, 204, 206, 207, 209, 212–215,
226, 227, 229, 234

innowacje zamknięte 155, 156

innowacyjna przedsiębiorczość →
przedsiębiorczość innowacyjna

innowacyjność 13, 21, 31–33, 37, 46, 56, 64, 67, 77, 88, 103, 105, 144–146, 149, 151, 162, 164, 168, 227, 228
 instytucje otoczenia biznesu (IOB) 216, 226, 227
 instytucje publiczne 41, 63, 203, 204
 inteligentne rozwiązania (*smart solutions*) 232, 233, 236

intensywność

eksportu 185–187, 244

intermediated internationalization

→ pośrednia internacjonalizacja

kooperacyjna

internacjonalizacja 14, 75, 103, 107, 186, 188, 190, 192, 193, 196, 197, 208

international orientation → orientacja

międzynarodowa

internet 22–24, 49, 58, 75, 107, 159, 177, 208, 226

intraprzedsiebiorcy 76

inwestycje bezpośrednie → zagraniczne
 inwestycje bezpośrednie

IOB → instytucje otoczenia biznesu

J

joint venture 26, 180

K

kandydaci na przedsiębiorców (*nascent entrepreneurs*) 24, 36, 38, 52, 53, 55, 73, 108, 122, 166, 218, 219, 226, 234, 235

kapitał zagraniczny 26, 165, 168, 174, 175, 179–187, 190, 192, 198, 218, 219, 221, 222, 243

klasa kreatywna 79, 210

klaster 209, 233

kompetencje przedsiębiorcze 34

korporacyjna przedsiębiorczość →
 przedsiębiorczość korporacyjna

korzyści z zacofania (*advantages of backwardness*) 25, 26, 162

koszty transakcyjne 203

kraje doganiające (*catching up*) 98, 139, 146, 149, 161, 191, 195, 207, 217

Kwalifikator Wzrostu Zatrudnienia (Employment Growth Qualifier, EGQ) 117

L

Labour Force Survey → badania
 aktywności ekonomicznej ludności

learning by exporting 187

liderzy bez rozgłosu 195, 196

life style → przedsiębiorczość stylu życia

Ł

łowcy rozprysków 150, 155, 157, 188, 198

M

managed economy → gospodarka
 korporacyjna

market failure → zawodność rynku

metoda dynamicznej alokacji 119, 120

middle income trap → pułapka średniego
 poziomu dochodu

międzynarodowe korporacje

(międzynarodowe koncerny) 179,
 180, 183, 192, 220

mikrofirmy 177, 226, 248

N

narodowi czempioni 196

Narodowy System Przedsiębiorczości
 204

nascent entrepreneurs → kandydaci na
 przedsiębiorców

naturalne cechy (cechy wrodzone) 36

niesprawność systemowa (*system failure*)
 203, 204

O

ochrona patentowa 140, 142, 148, 149,
 152, 157, 159, 188, 190

oddział zagraniczny 188, 194, 197

odpryski technologiczne 168

okazja biznesowa → sposobność
 biznesowa

okręgi przemysłowe (*industrial districts*)
 209

opcja zewnętrzna 59, 60

open government → otwarty rząd

open innovation → otwarte innowacje

orientacja międzynarodowa (*international orientation*) 176, 177, 197

orientacja przedsiębiorcza (*entrepreneurial orientation*) 76, 77, 81, 173

otwarte innowacje (*open innovation*)
 155–157, 160, 163, 169

otwarty rząd (*open government*) 84

P

- początkujący przedsiębiorcy 30, 52, 55, 64, 68, 93, 103–105, 125–127, 165, 166, 173, 176, 177, 227
- podejście zdroworozsądkowe (*common sense approach*) 229
- polityka oparta na wiedzy (*evidence-based policy*) 12, 14, 232
- polityka przedsiębiorczości 12–14, 27, 30, 37, 41, 46, 47, 56, 89, 96, 99, 108, 135, 136, 201, 202, 204–206, 208, 210, 212–224, 226–232, 234–236
- polityka wspierania przedsiębiorczości 31, 116, 201, 210
- polityka wspierania small businessu 31
- polskie firmy globalne 193–198
- postawy przedsiębiorcze 37, 78, 107, 139, 236
- pośrednia internacjonalizacja
kooperacyjna (*intermediated internationalization*) 192, 193
- poziom innowacji 33, 104, 144, 167
- praca najemna 58, 92, 130, 206, 229
- prawdy obiegowe (*conventional wisdom*) 12, 14, 229
- prawdziwa przedsiębiorczość 24, 28, 32, 74, 102–104
- proaktywni imitatorzy 150, 158, 188
- przedsiębiorca
replikatywny 32
innowacyjny 32
- przedsiębiorcy o wyższych aspiracjach (*aspiring entrepreneurs*) 109
- przedsiębiorczość
akademicka 23, 77–79, 152, 154
ambitna 29, 37–41, 109, 216, 231
bezrobotnych 56–57
ciemniejsza strona 47, 61–62
destruktywna 61
drugiej szansy 53
dynamiczna (*high-growth*) 71–72, 104, 122
ekspansywna 71
high-tech → oparta na zaawansowanych technologiach
hybrydowa 49
imigrantów 55–56
innowacyjna 66–67, 149, 152, 155, 188
intelektualna 67, 70
kobiet 51–52, 107, 211
korporacyjna 22, 35, 41, 66, 75–77, 82, 150, 197, 207, 219
kryminalna 62, 64–65
międzynarodowa 56, 74–75, 177, 207, 208
nieproduktywna 61
nierównych szans 47, 51–58, 211
oparta na wiedzy 67, 68–69, 70, 108, 219
oparta na zaawansowanych technologiach (*high-tech*) 67–68, 69, 204
osób niepełnosprawnych 57–58
podporządkowana nadrzędnym wartościom 59–61
rodzinna 47, 59–60, 211
solo 48
społeczna 23, 80–82
stylu życia (*life style*) 47, 60–61
technologiczna 157
Trzeciego Wieku 54–55
w kulturze i sztuce 79–80
w sektorze publicznym 82–84
zależna 49–51, 127, 131, 135
- przedsiębiorczy styl zarządzania 34, 35, 65
- przedsiębiorstwo społeczne 81
- przewaga pierwszego wdrożenia (*first mover advantage*) 148, 160
- przeznaczone do szybkiej sprzedaży (*born to flip*) 152
- pułapka średniego poziomu dochodu (*middle income trap*) 162, 163

R

- ramy instytucjonalne 61, 216, 222, 231, 234
- realny socjalizm 24–26, 74, 101, 102, 166, 174, 179, 180
- Regionalny System Innowacji 209
- reindustrializacja 235
- renesans przedsiębiorczości 20, 23, 46, 65–67, 71, 74, 96, 113, 129, 139, 150, 173
- resource-based view* → szkoła zasobowa
- rozpadlina popytowa 68, 151
- rozpryski technologii 141
- rozwojowe punkty zwrotne (*trigger points*) 231, 233, 234

S

samozatrudnienie 48, 50, 61, 215
sektor kontrolowany przez kapitał
zagraniczny 26, 179, 180, 186, 190
selektywne instrumenty wsparcia 84,
216, 231, 232
shadow economy → szara strefa
skala początkowej aktywności
przedsiębiorczej (*Total Early-Stage
Entrepreneurial Activity, TEA*) 87,
88, 93
small business 21, 22, 27, 28, 30–33,
37–39, 41, 45–47, 52, 65, 73, 75,
87, 88, 102, 116, 177, 179, 208
smart solutions → inteligentne
rozwiązania
spillover effects → efekty rozpryskowe
spin-off → akademickie firmy
odpryskowe
społeczna przedsiębiorczość →
przedsiębiorczość społeczna
społeczny klimat 100, 216, 223, 228
spособność biznesowa (okazja biznesowa,
business opportunity) 29, 39, 107,
158
spozstrzegawczość przedsiębiorcza
(*entrepreneurial alertness*) 29, 84,
155
spółdzielnia socjalna 81, 212
stopa narodzin przedsiębiorstw 94
stopa początkowej przedsiębiorczości
96–99
strategia imowacyjna 160, 161, 163, 169
stuck points → blokady rozwoju
sub-contracting 176
sukcesja 59, 60
system failure → niesprawność systemowa
systemowe podejście 204
szansa biznesowa 39, 107
szara strefa (*shadow economy*) 47, 56,
62–64, 201
szkoła zasobowa (*resource-based view*)
160
ścieżki rozwojowe (*developmental
pipeline*) 210, 214

T
tajemniczy mistrz 195
TEA → skala początkowej aktywności
przedsiębiorczej
technologia 141, 142

technologiczne start-upy 45, 66, 150,
152, 188, 197, 206
technologie informacyjne
i komunikacyjne (ICT) 23, 24, 26,
58, 67, 74, 145, 151, 173
technologie ogólnego zastosowania
(*General Purpose Technologies*) 23
Total Early-Stage Entrepreneurial Activity
→ skala początkowej aktywności
przedsiębiorczej
transfer technologii 141, 154, 173, 192
transformacja ustrojowa 12, 24–26, 90,
100, 110, 173, 174, 179, 184, 228
trigger points → rozwojowe punkty
zwrotne
twórcza imitacja 148, 158–161, 169
twórczy destruktor 19, 22, 29, 39, 206

U

Uniwersytet Przedsiębiorczy (Uniwersytet
III Generacji) 77

V

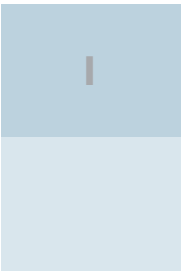
venture capital → fundusze wysokiego
ryzyka

W

WBGES → World Bank Group
Entrepreneurship Survey
wdrażanie innowacji 14, 19, 22, 31,
34, 88, 113, 139, 145, 148, 154,
161–168, 176, 191, 203, 204, 212,
214, 215, 229
World Bank Group Entrepreneurship
Survey (WBGES) 95
Wydziały Promocji, Handlu i Inwestycji
(WPHI) 235

Z

zaawansowana technologia 29, 33, 40,
52, 54, 56, 65–68, 72, 77, 143, 147,
148, 188, 206, 207, 214, 215, 230,
231
zagraniczne firmy 26, 174, 179, 180,
184, 186, 187, 194
zagraniczne inwestycje bezpośrednie
(inwestycje bezpośrednie, ZIB) 23,
168, 173, 184, 188, 190, 191, 235,
246



zarządzanie 13, 22, 27, 28, 31, **34–36**,
59, 60, 64, 64, 70, 73, 76, 77, 82,
92, 141, 153, 158, 160, 168, 191,
209, 219

zasada początkowego impulsu (*initial
push*) 233

zawodność rynku (*market failure*) 143,
202–206

zdolność do absorpcji 191

zglobalizowane „średniaki” 196

ZIB → zagraniczne inwestycje

bezpośrednie

zmienne instytucjonalne 106, 107







Wydawnictwo Akademickie SEDNO Spółka z o.o.
Wydanie pierwsze
Arkuszy drukarskich: 17
Skład i łamanie: Janusz Fajto
Druk i oprawa: Pabianickie Zakłady Graficzne SA