
8 ROLA SEKTORA MSP W ROZWOJU DUŻYCH ORGANIZACJI GOSPODARCZYCH

Marek Matejun

Katedra Zarządzania, Politechnika Łódzka

8.1. Wprowadzenie

Procesy transformacji strukturalnej i systemowej polskiej gospodarki dokonujące się na przełomie lat 80. i 90. XX wieku doprowadziły między innymi do dynamicznego rozwoju podmiotów gospodarczych sektora prywatnego, w tym zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw. Jednocześnie postępująca liberalizacja wymiany gospodarczej, polityka prywatyzacji i brak ochrony ze strony państwa oraz konieczność sprostania rosnącym i złożonym wymaganiom konkurencyjnego rynku i konsumentów doprowadziły do **licznych sytuacji kryzysowych** w sektorze dużych podmiotów gospodarczych.

Odzwierciedleniem tych procesów były ilościowe i jakościowe zmiany w sektorach dużych, średnich i małych podmiotów gospodarczych. Szacuje się, że na koniec 1988 roku funkcjonowało w Polsce około 570 tysięcy małych i średnich podmiotów gospodarczych, a udział małego biznesu w tworzeniu dochodu narodowego wynosiło 6% [4, s. 23]. W efekcie przemian strukturalnych gospodarki, prywatyzacji sektora państwowego, likwidacji nieefektywnych przedsiębiorstw oraz wzrostu bezrobocia przy jednoczesnej liberalizacji działalności gospodarczej i wprowadzaniu rozwiązań prawnych sprzyjających zakładaniu prywatnych firm nastąpił bardzo wyraźny wzrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw. Ta **faza „eksplozji przedsiębiorczości”** w latach 1989 – 1993 doprowadziła do poziomu ponad 2 mln prywatnych podmiotów sektora MSP [7, s. 50], przy jednoczesnym ograniczeniu liczebności i roli gospodarczej dużych podmiotów.

Obecnie oba te sektory są istotnymi składnikami różnorodności gospodarczej, zaś postępująca złożoność procesu zarządzania i interakcji biznesowych pozwala na synergiczne współdziałanie dużych organizacji gospodarczych z partnerami z sektora MSP. **Celem artykułu** jest przedstawienie wybranych kierunków współpracy dużych podmiotów z małymi i średnimi przedsiębiorstwami oraz wskazanie roli tych zależności w rozwoju dużych organizacji gospodarczych.

8.2. Kierunki rozwoju oraz perspektywy współpracy sektora MSP i dużych organizacji gospodarczych

Rozważania dotyczące funkcjonowania małych i średnich oraz dużych przedsiębiorstw są w ostatnim czasie przedmiotem szczególnego zainteresowania nauki o zarządzaniu. Warto zwrócić uwagę, iż pojęcie „małego” lub „średniego” przedsiębiorstwa jest przy tym pojęciem umownym, uzależnionym dodatkowo zarówno od stopnia rozwoju gospodarczego, przemysłowienia, czy branży przemysłu [5, s. 10]. W Polsce kategoria małych i średnich przedsiębiorców została wyraźnie wyodrębniona w definicji opartej na właściwościach ilościowych, która znajduje się w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej. Należy zaznaczyć, że definicja ta spełnia wymogi prawa wspólnotowego i opiera się na przyjętym w nim rozumowaniu [3, s. 17]. Zgodnie z definicją zawartą w artykule 104, 105 i 106 powyższej ustawy, zdefiniowane zostały trzy kategorie przedsiębiorstw zaliczane do sektora MSP: mikroprzedsiębiorcy, mali oraz średni przedsiębiorcy [21]. Grupa „dużych przedsiębiorstw” nie została przy tym zdefiniowana w ustawodawstwie polskim i można ją traktować jako dopełnienie pozostałych podmiotów w stosunku do wyodrębnionych ustawowo małych i średnich przedsiębiorstw.

W tabeli 1 przedstawiono dane charakteryzujące liczebność, udział w zatrudnieniu oraz w tworzeniu PKB firm sektora MSP oraz dużych przedsiębiorstw w ostatnich latach w Polsce.

Tabela 1. Dane statystyczne charakteryzujące sektor małych i średnich przedsiębiorstw.

Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w rejestrze Regon				
Kategoria przedsiębiorstw	2002		2001	
Przedsiębiorstwa ogółem	3 521 189	100,00%	3 374 956	100,00%
Mikro (0-9 zatrudnionych)	3 346 870	95,05%	3 206 452	95,01%
Małe (10-49 zatrudnionych)	137 591	3,91%	131 106	3,88%
Średnie (50-249 zatrudnionych)	30 398	0,86%	30 809	0,91%
Razem firmy sektora MSP	3 514 859	99,82%	3 368 366	99,80%
Duże (ponad 249 zatrudnionych)	6 330	0,18%	6 589	0,20%

Udział przedsiębiorstw w tworzeniu PKB		
Kategoria przedsiębiorstw	2002	2001
Przedsiębiorstwa ogółem	68,70%	68,20%
Mikro (0-9 zatrudnionych)	32,40%	31,00%
Małe (10-49 zatrudnionych)	8,10%	8,30%
Średnie (50-249 zatrudnionych)	8,10%	9,00%
Razem firmy sektora MSP	48,60%	48,30%
Duże (ponad 249 zatrudnionych)	20,10%	19,90%

Liczba pracujących w gospodarce narodowej				
Kategoria przedsiębiorstw	2002		2001	
Przedsiębiorstwa ogółem	10 290 180	100,00%	10 344 725	100,00%
Mikro (0-9 zatrudnionych)	2 816 694	27,37%	2 624 011	25,37%
Małe (10-49 zatrudnionych)	1 909 199	18,55%	1 969 713	19,04%
Średnie (50-249 zatrudnionych)	2 280 288	22,16%	2 349 575	22,71%
Razem firmy sektora MSP	7 006 181	68,09%	6 943 299	67,12%
Duże (ponad 249 zatrudnionych)	3 283 999	31,91%	3 401 426	32,88%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [18]. W opracowaniu przedstawiono dane do 2002 roku, ponieważ w roku 2003 PARP zmieniła metodykę prowadzenia badań (do sektora MSP włączono m.in. przedsiębiorstwa państwowe), co nie zapewnia porównywalności danych.

Firmy sektora MSP stanowią ponad 99% wszystkich przedsiębiorstw w większości rozwiniętych krajów świata, a w Unii Europejskiej zapewniają zatrudnienie dla około 70% ogółu pracujących oraz wytwarzają blisko 60% PKB. W 2000 roku w krajach Unii Europejskiej liczba firm zaliczanych do sektora MSP wyniosła 20.415 tys., natomiast dużych przedsiębiorstw było zaledwie 40 tys. W związku z tym, firmy sektora MSP, podobnie jak w Polsce, stanowiły ok. 99,8% wszystkich przedsiębiorstw. Podobny do polskich warunków jest również udział sektora MSP w zatrudnieniu (66,8%) [14, s. 209-210].

Podobieństwa wynikające z charakterystyki ilościowej nie mogą być jednak źródłem twierdzenia o bezwzględnej kompatybilności polskiego i unijnego sektora małych i średnich przedsiębiorstw. K. Safin zauważa na przykład, iż w krajach Unii Europejskiej firma prywatna zatrudnia przeciętnie 6 osób, podczas, gdy w polskich warunkach – jedynie 1,7 [13, s. 50]. Świadczyć to może o większym potencjale rynkowym i możliwościach działania firm z krajów UE. Podobne, niekorzystne dla polskiego sektora MSP tendencje mogą występować w zakresie technologii, innowacyjności, czy zasobów kapitałowych.

Podobna, wyraźna dominacja ilościowa podmiotów sektora MSP występuje w regionie łódzkim, co przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w systemie Regon w regionie łódzkim.

Wyszczególnienie	Stan na dzień				Udział w % na 30.06.05
	31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	30.06.2005	
Województwo łódzkie	232317	241440	244715	246770	100,00%
MSP ogółem	230070	239225	242477	244530	99,09%
Małe	220524	229314	232272	234110	94,87%
Średnie	9546	9911	10205	10420	4,22%
Duże	2247	2215	2238	2240	0,91%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi.

W danych Urzędu Statystycznego przedstawionych w tabeli 2 zostały wyodrębnione trzy grupy podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze Regon¹ według wielkości: małe podmioty, zatrudniające do 9 osób, średnie o zatrudnieniu do 49 osób oraz duże – o większym zatrudnieniu. Powyższa klasyfikacja nie odpowiada zatem definicji małych i średnich przedsiębiorców zawartej w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej. Do sektora MSP zakwalifikowano tu również przedsiębiorstwa państwowe, fundacje, stowarzyszenia, czy spółdzielnie. Jednak z uwagi na niewielką liczbę większych podmiotów dane statystyczne mogą w znacznym stopniu odzwierciedlać stan sektora małych i średnich przedsiębiorstw w regionie łódzkim.

Rozwój firm sektora MSP, korzyściami ekonomicznymi i gospodarczymi, może pozytywnie wpływać również na sferę społeczną. Rola małych i średnich przedsiębiorstw jest szczególnie duża w okresie transformacji gospodarczej i ustrojowej, kiedy podstawowym zadaniem dynamicznie rozwijającej się przedsiębiorczości jest wspomaganie i przyspieszanie towarzyszących tym procesom przemian. Powstanie i rozwój sektora MSP jest również niezbędne do tego, aby upodobnić strukturę rynków i przemysłu do struktury gospodarczej krajów o rozwiniętej gospodarce rynkowej [10, s. 240].

Sektor MSP realizuje w znacznym stopniu zarówno **funkcje społeczne**, związane z rolą małych i średnich przedsiębiorstw w kształtowaniu warunków życia społecznego, jak również **funkcje gospodarcze**, związane z udziałem firm sektora MSP w gospodarce rynkowej [9, .s. 65].

Analizując gospodarczą rolę sektora MSP zwraca się uwagę, iż małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią również **istotne zasilenie dla rozwoju sektora dużych firm**. Proces ten może przybierać następujące kierunki [7, s. 19]:

- małe i średnie firmy tworzą rynek zbytu dla produktów i usług dużych fabryk, korporacji i holdingów,
- drobne przedsiębiorstwa działają jako podwykonawcy, dostarczając wiele komponentów, małoseryjnych części czy specjalistycznych usług dla dużych organizacji gospodarczych,
- sektor MSP odgrywa ważną rolę w dystrybucji oraz sprzedaży produktów i usług oferowanych przez duże przedsiębiorstwa.

W efekcie pomiędzy dużymi firmami a podmiotami z sektora MSP tworzą się różnorodne więzi, których podstawowym celem jest uzyskanie dostępu do uzupełniających zasobów. Wśród takich interakcji można wymienić [17, 12, s. 126]:

¹ W systemie REGON pojęcie podmiotu gospodarki narodowej jest tożsame z pojęciem jednostki prawnej. Wymienia się trzy typy jednostek prawnych: osoby prawne, osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą oraz jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej.

-
- **współpracę na zasadzie podwykonawstwa produkcyjnego**, gdzie mała firma uczestniczy w procesie zaopatrywania dużego podmiotu w elementy produkcyjne i podzespoły do produkcji finalnej,
 - **relacje producent – konsument**, gdzie mały podmiot staje się klientem dużego przedsiębiorstwa tworząc rynek zbytu i kształtując konkurencyjność w sektorze dużych organizacji gospodarczych. Z drugiej strony firmy sektora MSP mogą dostarczać dużym przedsiębiorstwom specyficznych rozwiązań np. z zakresu informatyki,
 - **porozumienia licencyjne**, gdzie duże firmy dostarczają licencji małym podmiotom celem ich dalszego rozwoju. Są to często nowe rozwiązania techniczne lub technologiczne, których duże firmy nie chcą eksploatować, np. ze względu na duże ryzyko nowej produkcji, ale mogą uzyskać korzyści finansowe z ich sprzedaży. Ponadto, duże firmy mogą stać się odbiorcami różnego rodzaju wyposażenia do produkcji, będącego efektem transferu licencji do dostawców z sektora MSP,
 - **kontrakty badawczo-rozwojowe**, w których duże przedsiębiorstwa lokują zamówienia na ukierunkowane prace B+R w wyspecjalizowanych podmiotach sektora MSP,
 - **współpracę nad rozwojem nowego produktu**, gdzie małe firmy współpracują nad rozwojem nowego produktu lub usługi na potrzeby dużej firmy dostarczając np. oprogramowanie czy wzornictwo dla dużych firm komputerowych lub samochodowych,
 - **wspólne przedsięwzięcia**, które dotyczą często współpracy nad rozwojem nowego produktu zawierającego rozwiązania techniczne nowe dla dużego partnera, gdzie duże przedsiębiorstwa dostarczają środków finansowych, technologicznego *know-how* oraz dostępu do kanałów dystrybucji, natomiast małe firmy oferują specjalistyczną wiedzę techniczną i przedsiębiorczy dynamizm,
 - **uczenie się nowych możliwości**, realizowane często poprzez nabywanie udziałów w małych firmach zaawansowanych technologii umożliwiające śledzenie nowych technologii i kierunków rozwoju biznesu. Przykładem mogą być duże firmy farmaceutyczne traktujące małe firmy biotechnologiczne jako zasób nowej wiedzy technologicznej,
 - **wsparcie dla firm typu spin-off**, gdzie duże podmioty oferują różnego rodzaju wsparcie organizacyjne, techniczne bądź finansowe dla przedsiębiorczych pracowników zakładających nowe firmy, tworzone dla eksploatacji techniki rozwiniętej w dużej firmie, lecz niewykorzystywanej w niej z różnych względów.

W przypadku dużych firm współpraca ta może mieć istotne znaczenie dla możliwości ich funkcjonowania i rozwoju. Do korzyści wynikających z tych interakcji można zaliczyć między innymi:

- dostęp do specjalistycznych produktów i usług oferowanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa, których rozwijanie jest nieopłacalne dla dużych podmiotów z powodu unikalnego *know-how* lub wysokiej pracochłonności,
-

- kreowanie i rozwój rynku zbytu dla produktów i usług oferowanych przez duże przedsiębiorstwa. Specyficzny klient, jakim są firmy sektora MSP może być źródłem istotnych zysków ekonomicznych, jak również wpływać na kreowanie nowych produktów i wzrost konkurencyjności dużych przedsiębiorstw,
- transfer i wymianę wiedzy pomiędzy partnerami z sektora MSP i dużych podmiotów gospodarczych,
- synergiczne współdziałanie partnerów różnej wielkości prowadzące do uzyskania unikalnych zasobów i pozwalające na rozszerzenie skali działania rynkowego.

W dalszej części artykułu przedstawiono wybrane kierunki współpracy dużych przedsiębiorstw z firmami sektora MSP oraz wskazano na rolę tych zależności w rozwoju dużych organizacji gospodarczych.

8.3. Firmy sektora MSP jako klienci dużych organizacji gospodarczych

W ostatnich latach w Polsce można zaobserwować znaczące zainteresowanie dużych organizacji gospodarczych firmami sektora MSP jako specyficzną grupą docelową dla swoich produktów i usług. Dotyczy to przede wszystkim takich podmiotów jak: banki, firmy ubezpieczeniowe i inne instytucje finansowe, firmy telekomunikacyjne, czy dostawcy rozwiązań technologicznych.

Wyrazem zainteresowania dużych firm potencjałem popytowym sektora MSP są różnorodne oferty kierowane do małych i średnich przedsiębiorstw. W tabeli 3 przedstawiono wybrane przykłady oferty dużych przedsiębiorstw skierowanych do firm sektora MSP.

Tabela 3. Przykłady oferty dużych przedsiębiorstw skierowanych do firm sektora MSP.

Firma	Nazwa oferty	Grupa docelowa	Charakterystyka oferty
Hewlett-Packard Polska Sp. z o.o.	„Małe i średnie firmy”	„Małe i średnie przedsiębiorstwa” – bez określeń ilościowych bądź jakościowych	W ofercie znajdują się m.in. komputery stacjonarne i przenośne, drukarki i urządzenia wielofunkcyjne, rozwiązania mobilne i bezprzewodowe, itp.
ING Bank Śląski S.A.	„Małe firmy”	Podmioty o rocznych przychodach netto ze sprzedaży poniżej 3,2 mln zł.	Konto firmowe, otwarte konto oszczędnościowe, bankowość elektroniczna, karty bankowe, promocje dla klientów.
Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.	„MSP” – „PZU Doradca”	Podmioty których obrót roczny nie przekracza 800 000 euro i wartość majątku zgłaszanego	ubezpieczenie mienia od ryzyka ognia i innych żywności i co najmniej jednego dowolnie wybranego ryzyka spośród

		do ubezpieczenia od ognia i innych żywiołów nie przekracza 600 000 euro, natomiast liczba zatrudnionych pracowników nie przekracza 30 osób.	wymienionych regulaminie, np. ubezpieczenia od kradzieży z włamaniem i rabunku, ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej, ubezpieczenia mienia w transporcie krajowym, itd.
Telekomunikacja Polska S.A.	Małe i średnie firmy	Firmy zatrudniające od kilku do kilkudziesięciu pracowników.	Przyłączenie do sieci, rozwiązania grupowe, telekonferencje, konto elektroniczne, promocje dla nowych przedsiębiorstw.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie materiałów reklamowych przedsiębiorstw.

Warto zwrócić uwagę, iż duże podmioty stosują często swoje własne kryteria wyodrębnienia firm sektora MSP w celu przedstawienia oferty skierowanej do konkretnej grupy docelowej. Oferty takie z jednej strony są rezultatem dostrzegania przez duże podmioty pewnych specyficznych potrzeb firm sektora MSP, z drugiej – wyrazem zainteresowania potencjałem finansowym (w tym inwestycyjnym) mniejszych podmiotów gospodarczych. Wydaje się, iż trafne dopasowanie oferty handlowej do potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw może stać się istotną szansą dla dużych firm na rozszerzenie rynku zbytu i zwiększenie ekonomicznych efektów swojej działalności.

Po ograniczeniu licznych interakcji zachodzących pomiędzy licznymi dużymi przedsiębiorstwami, w tym między podmiotami państwowymi działającymi w warunkach gospodarki centralnie sterowanej w warunkach konkurencyjnej gospodarki rynkowej rozwijają się kontakty dużych firm z sektorem MSP. Do podstawowych korzyści dla dużych przedsiębiorstw wynikających z tych relacji można zaliczyć:

- możliwość rozszerzenia rynków zbytu na nowe obszary,
- podniesienie innowacyjności i konkurencyjności rynkowej,
- zwiększenie obrotów i wyników ekonomicznych,

Korzyści te mogą przełożyć się pośrednio na inne efekty wpływające na procesy rozwojowe dużych przedsiębiorstw, np.:

- utrzymanie lub rozwijanie poziomu zatrudnienia,
- możliwość przeprowadzenia inwestycji,
- i inne efekty wpływające na rozwój podmiotu.

Duże podmioty gospodarcze w warunkach konkurencyjnej gospodarki zmuszone są do poszukiwania nowych rynków zbytu. Firmy sektora MSP wydają się atrakcyjną grupą klientów, zarówno ze względu na swoją liczebność, rozwijające się potrzeby, jak również ze względu na istotne zasoby finansowe i inwestycyjne. Należy dodatkowo zwrócić uwagę na rolę tych procesów w kształtowaniu korzystnej infrastruktury biznesowej dla firm sektora MSP.

8.4. Małe i średnie przedsiębiorstwa jako podwykonawcy dla dużych firm

Liczne przedsiębiorstwa analizując swoje procesy tworzenia wartości coraz częściej dochodzą do wniosku, że produkcja nie jest już ich kluczową umiejętnością i poszukują swoich kluczowych atutów w takich działaniach jak prace badawczo-rozwojowe, marketing, czy dystrybucja. Coraz bardziej liczy się przy tym siła marki [11, s. 42]. Na przykład w branży samochodowej obecnie mówi się o takich tendencjach, jak zakup systemów i komponentów na całym świecie (*global sourcing*), częsty wybór jednego dostawcy (*single sourcing*) oraz zastępowanie krótkoterminowych kontraktów zamówieniami długoterminowymi [6, s. 38]. Działania takie prowadzą do rozwoju współpracy dużych przedsiębiorstw z firmami z sektora MSP na zasadzie „podwykonawstwa” (*subcontracting*), które polega na zleceniu innej firmie wykonania części kontraktu właściwego [22, s. 26]. Podwykonawca to firma, która zaopatruje w potrzebne produkty (dobra lub usługi) inną firmę, wykonując je na jej wyłączne zamówienie [1, s. 128]. Cechą charakterystyczną podwykonawstwa, jest to, że produkt oferowany przez podwykonawcę nie jest dobrem rynkowym, który można zbyć dowolnemu klientowi, a podlega sprzedaży tylko jednemu, określone odbiorcy [20, s. 500]. Należy zwrócić uwagę, iż podwykonawcy to zazwyczaj właśnie małe i średnie przedsiębiorstwa. System podwykonawstwa jest często optymalnym środkiem do utrzymania światowego przywództwa w przemyśle wysokiej techniki i wzmożonej konkurencji. W tym sensie mali i średni podwykonawcy są źródłem przedsiębiorczości, elastyczności i przewagi konkurencyjnej dla dużych, często międzynarodowych, przedsiębiorstw [22, s. 28].

Szczególnie groźne dla małych i średnich przedsiębiorstw może być tu jednak **uzależnienie ekonomiczne bądź organizacyjne od firmy zewnętrznej**. W przypadku kooperacji w ramach podwykonawstwa z większym partnerem problemem może być osiąganie nieuzasadnionych korzyści ekonomicznych przez zleceniodawcę kosztem outsourcera. Zdarza się podzlecanie przez duże przedsiębiorstwo robót na poziomie dużo niższym niż w kontrakcie zawartym z inwestorem, co staje się źródłem zamożności zlecającego kosztem podwykonawców [8, s. 32]. Zestawienie korzyści podwykonawstwa dla dużych i małych przedsiębiorstw przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Zestawienie korzyści podwykonawstwa dla dużych i małych przedsiębiorstw.

Korzyści dla dużych firm - zleceniodawców	Korzyści dla małych firm – podwykonawców
– obniża ryzyko działalności obu stron,	
<ul style="list-style-type: none"> – pozwala uzyskać produkt wykonany na indywidualne zamówienie według określonych parametrów, – pozwala uniknąć kosztów związanych z zakupem ziemi, wyposażenia, specjalistycznych maszyn, – umożliwia oszczędność kosztów wynagrodzenia, ubezpieczenia i wyszkolenia pracowników, – zapewnia pewność i jakość dostaw, – ułatwia realizację strategii w systemie <i>just-in-time</i>. Producent finalny może utrzymywać prawie zerowy poziom zapasów, precyzyjnie planować i koordynować produkcję i tym samym minimalizować koszty, – podnosi elastyczność procesu produkcyjnego. Dzięki elastyczności małych podmiotów możliwy jest system ciągłego doskonalenia produktów finalnych. 	<ul style="list-style-type: none"> – obniża koszty związane z reklamą i dystrybucją, – zapewnia dostęp do rynku zbytu, do informacji technicznej, źródeł finansowania i profesjonalnej kadry kierowniczej dzięki współpracy z dużym, doświadczonym podmiotem, – umożliwia zakup przez podwykonawcę materiałów i surowców po obniżonych cenach dzięki sile przetargowej i pozycji rynkowej zleceniodawcy, – umożliwia wysoką specjalizację mniejszej firmy w produkcji jednego lub kilku części, dzięki temu, że większy partner kupuje od niej duże ilości tego towaru.

Źródło: 22, s. 27.

Analizy wskazują, iż duże przedsiębiorstwa nabywają od małych firm znacznie mniej komponentów czy materiałów do produkcji niż od dużych partnerów. Podaje się, że takie znane korporacje jako General Motors, Sony i inne posiadają około 25.000 – 30.000 dostawców, głównie z sektora małych i średnich przedsiębiorstw [7, s. 19].

8.5. Rola sektora MSP w dystrybucji i sprzedaży produktów dużych przedsiębiorstw

Rola małych i średnich przedsiębiorstw w procesach dystrybucji i sprzedaży produktów i usług oferowanych przez duże podmioty związana jest między innymi z jakościowymi cechami charakterystycznymi firm sektora MSP. W literaturze zwraca się uwagę, iż jednym z kryteriów jakościowych pozwalających na wyodrębnienie grupy małych i średnich przedsiębiorstw jest **lokalność działania** [16, s. 19]. Większość firm sektora MSP działa na lokalnych lub regionalnych rynkach. Jest to determinowane zarówno przez

mniejsze możliwości finansowe, jak również przez rozproszenie siły roboczej, której koszty przemieszczania są znaczne.

Analizując uwarunkowania funkcjonowania firm sektora MSP zwraca się również uwagę na efekt **regionalnej decentralizacji**, którego cechą charakterystyczną jest wspieranie przez mniejsze przedsiębiorstwa terenów mniej rozwiniętych [zob. np. 2, s. 463, 19, s. 10]. Firmy sektora MSP mają z reguły charakter lokalny, są mniej skoncentrowane niż duże przedsiębiorstwa, jak również cechują się dużą elastycznością w wyborze lokalizacji. Dzięki temu spełniają znaczącą rolę w regionalnej polityce dekoncentracji, mogą wspierać rozwój terenów mniej rozwiniętych. Poprzez tworzenie miejsc pracy w małych miastach i na wsi mogą przyczyniać się do powstrzymania migracji do dużych aglomeracji miejskich i zmniejszenia niekorzystnego zagęszczenia ludności na terenach uprzemysłowionych.

Małe firmy mają potencjalnie większe szanse zaistnienia na lokalnym rynku, który ze względu na mniejsze rozmiary jest łatwiejszy do rozpoznania, a w połączeniu z innowacyjnością i elastycznością działania małego biznesu możliwe jest szybsze zaspokojenie pojawiających się na nim potrzeb. Właściciele firm sektora MSP wywodzą się również często ze środowisk lokalnych, co ułatwia tworzenie pozytywnych relacji z otoczeniem i szybkie reagowanie na zmiany na lokalnych rynkach. Cechy te mogą być wykorzystywane przez duże podmioty do tworzenia z pomocą firm sektora MSP sieci dystrybucji i sprzedaży również na terenach o specyficznych cechach regionalnych, obszarach wiejskich, czy słabo uprzemysłowionych.

Z drugiej strony bezpośrednie działanie na małych rynkach może być nieopłacalne dla dużych jednostek gospodarczych, często zatem świadomie rezygnują one z wchodzenia w te właśnie segmenty [15, s. 7]. Bariery te mogą być ograniczone dzięki wykorzystaniu współpracy z małymi i średnimi przedsiębiorstwami. Interakcje w tym przypadku mogą dotyczyć między innymi:

- współpracy z lokalnymi firmami logistycznymi obejmującej m.in. magazynowanie, transport i spedycje, przeładunek, i inne elementy funkcji logistycznej,
- tworzenia lokalnych, niezależnych przedstawicielstw dużych organizacji gospodarczych,
- współpracy z hurtowniami lub sklepami detalicznymi w celu zaoferowania produktów na lokalnym rynku,
- współpracy na zasadzie umów agencyjnych lub partnerskich w celu rozwoju sieci przedstawicielstw w danym regionie.

Elementem sprzyjającym rozwijaniu roli firm sektora MSP w dystrybucji i sprzedaży produktów i usług dużych organizacji gospodarczych jest również zmiana struktury branżowej w stronę rozwoju działalności handlowej i usługowej. Należy zauważyć, iż po roku 1999 w sektorze MSP najliczniej występowały przedsiębiorstwa zajmujące się handlem i usługami (hurtownie, sklepy detaliczne oraz punkty usługowe) [7, s. 57].

8.6. Podsumowanie

W większości rozwiniętych gospodarczo państwa świata, w tym również w Polsce małe i średnie przedsiębiorstwa dominują pod względem ilościowym w liczbie zarejestrowanych i aktywnych podmiotów gospodarczych. Pomimo niewielkiej liczby dużych przedsiębiorstw w znaczący sposób wpływają one jednak na takie wielkości makroekonomiczne jak poziom zatrudnienia, czy udział w tworzeniu PKB.

Warunki konkurencyjnej gospodarki oraz złożone warunki działania powodują, iż między sektorami dużych oraz małych i średnich przedsiębiorstw zaczynają zachodzić różnorodne relacje, które mogą odgrywać istotną rolę w rozwoju dużych organizacji gospodarczych. Mogą one przybierać różnorodne formy, w zależności od strategii dużych i możliwości działania mniejszych partnerów gospodarczych. W artykule zwrócono szczególną uwagę na takie formy relacji pomiędzy sektorem dużych i małych podmiotów gospodarczych jak:

- tworzenie przez firmy sektora MSP rynku zbytu dla produktów i usług dużych dostawców,
- działanie małych podmiotów gospodarczych jako podwykonawców dla dużych partnerów gospodarczych,
- rolę małych przedsiębiorstw w kreowaniu sieci dystrybucji i sprzedaży produktów oferowanych przez dużych producentów i usługodawców.

Wydaje się, iż współpraca w tych obszarach może być źródłem istotnych korzyści rozwojowych dla dużych organizacji gospodarczych. Akcjonariusze, kierownictwo i inne grupy interesariuszy większych przedsiębiorstw muszą zatem w swoich działaniach coraz częściej uwzględniać możliwości wynikające ze współdziałania z sektorem małych organizacji gospodarczych.

Literatura

- [1] **Argy V., Stein J.:** *Japanese Economy*, Macmilian Press LTD, 1997.
 - [2] **Bielawska A.:** *Znaczenie małych firm dla rozwoju regionalnego*, „*Ekonomista*”, nr 3/1992.
 - [3] **Bieniek-Koronkiewicz E., Sieńczyło-Chlabicz J.:** *Działalność gospodarcza i przedsiębiorca na gruncie ustawy prawo działalności gospodarczej*, „*Przegląd Prawa Handlowego*”, nr 04/2000.
 - [4] **Bieniok H. (red.):** *Zarządzanie małą firmą*. Praca zbiorowa, Akademia Ekonomiczna im. K. Adamieckiego, Katowice 1995.
 - [5] **Grudzewski M. W., Hejduk I.:** *Czynniki ryzyka w rozwoju małych i średnich firm w Polsce*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 8/1995.
 - [6] *Kluczowe atuty nowoczesnego dostawcy*, „*Zarządzanie na Świecie*”, nr 9/1996.
-

- [7] **Lachiewicz S. (red.):** *Małe firmy w regionie łódzkim*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2003.
- [8] **Matwiejczuk W.:** *Tendencje rynku budowlanego*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 5/2004.
- [9] **Piasecki B. (red.):** *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Łódź, 1998.
- [10] **Piasecki B. (red.):** *Polityka rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w państwach Centralnej i Wschodniej Europy*, Komitet Organizacyjny XIX ISBC, Warszawa 1992.
- [11] *Przekazywanie produkcji wykonawcom kontraktowym*, „*Zarządzanie na Świecie*”, nr 3/2002.
- [12] **Rothwell R.:** *SMEs, Inter-firm Relationships and Technological Change*, „*Entrepreneurship & Regional Development*”, vol 1/1989, [za:] **Stawasz E.:** *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
- [13] **Safin K.:** *Zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 2003.
- [14] **Siuta B.:** *Rola i znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w wybranych obszarach gospodarki światowej*, [w:] **Borowiecki R.:** *Przedsiębiorstwo w procesie transformacji*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Warszawa-Kraków 2003.
- [15] **Skowronek-Mielczarek A.:** *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2003.
- [16] **Skowroński S.:** *Mały biznes czyli przedsiębiorczość na własną rękę*, Wydawnictwo Infor, Warszawa 1998,
- [17] **Smallbone D.:** *Interaction Between Large Firms and SMEs, DG XIII European Innovation Policy Workshop: Large-Small Firms' Technological Interaction: European Experiences*, Luxembourg, April 1995, [za:] **Stawasz E.:** *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
- [18] *Statystyki MSP, Dane statystyczne o małych i średnich przedsiębiorstwach w Polsce w latach 1994-2003*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, <http://www.parp.gov.pl/statlatami.php>.
- [19] **Tłoczyński D.:** *Charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 6/1998.
- [20] **Uekusa M.:** *Industrial Organization*, Stanford University Press, 1987.
- [21] Ustawa z dnia 2 lipca 2004r. *o swobodzie działalności gospodarczej*, Dz. U. 2004, Nr 173, poz. 1807.
- [22] **Żur A.:** *Podwykonawstwo w rozwoju przedsiębiorczości*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 4/2000.
-

Źródło:

Matejun M., Rola sektora MSP w rozwoju dużych organizacji gospodarczych,
[w:] Lachiewicz S., Staniec I. (red.), Sytuacja ekonomiczna organizacyjna i kadrowa
dużych organizacji gospodarczych w aglomeracji łódzkiej, Wydawnictwo Politechniki
Łódzkiej, Łódź 2007, s. 83-94.