

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

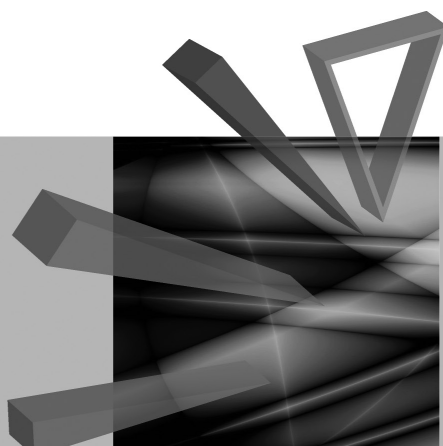
RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

267

Handel i inwestycje w semiglobalnym otoczeniu

Tom 2



Redaktorzy naukowi

**Jan Rymarczyk, Małgorzata Domiter,
Wawrzyniec Michalczyk**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Jarosław Kundera, Leon Olszewski, Zdzisław Puślecki,
Kazimierz Starzyk, Krystyna Żołądkiewicz

Redaktorzy Wydawnictwa: Elżbieta Kożuchowska, Aleksandra Śliwka

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-235-2 (całość)

ISBN 978-83-7695-243-7 t. 2

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Piotr Liszek: Polski handel zagraniczny gazem płynnym w latach 2004-2011 | 9 |
| Marek Maciejewski: Otwartość polskiej gospodarki w warunkach liberalizacji przepływów kapitałowych | 19 |
| Justyna Majchrzak-Lepczyk: Obsługa logistyczna sektora handlu | 30 |
| Dominika Malchar-Michalska: Wpływ kryzysu żywnościowego na wykorzystanie ograniczeń eksportowych w handlu międzynarodowym surowcami rolnymi | 39 |
| Jakub Marszałek: Związki rynkowej wyceny akcji i obligacji zamiennych na akcje – analiza sektorowa na giełdzie papierów wartościowych w Tel Awiwie | 49 |
| Grzegorz Mazur: Powszechny system preferencji celnych UE – w kierunku nowych rozwiązań | 60 |
| Jakub Mazurek: Międzynarodowa strategia spekulacyjna Carry Trade. Sprzeczność z teorią nieobciążonego parytetu stóp procentowych i ryzyko kryzysu walutowego jako determinanta ponadprzeciętnej stopy zwrotu ... | 72 |
| Bartosz Michalski: Międzynarodowa konkurencyjność polskiej gospodarki w perspektywie koncepcji <i>soft power</i> | 83 |
| Ewa Mińska-Struzik: Konkurencyjność polskiego eksportu produktów wysokiej techniki..... | 95 |
| Edward Molendowski: Główne tendencje w handlu zagranicznym Nowych Państw Członkowskich (UE-10) wynikające z akcesji do UE | 106 |
| Barbara Mróz-Gorgoń: Procesy globalizacji i ich wpływ na zarządzanie marką sieci franczyzowych..... | 122 |
| Wanda Nowara: Cechy filii zagranicznej jako determinanty jej dezinvestycji | 132 |
| Anna Odrobina: Korporacje transnarodowe a globalna działalność badawczo-rozwojowa..... | 144 |
| Monika Paradowska: Problemy zrównoważonego rozwoju transportu w kontekście międzynarodowego handlu i inwestycji | 155 |
| Paweł Pasierbiak: Powiązania inwestycyjne między Japonią i Koreą Południową..... | 168 |
| Iwona Pawlas: Relacje handlowe Polski z wybranymi krajami Unii Europejskiej w okresie niestabilności gospodarczej | 179 |
| Bożena Pera: Wymiana handlowa krajów Unii Europejskiej a globalny kryzys finansowy | 191 |

| | |
|--|-----|
| Katarzyna Puchalska: Korporacje transnarodowe i ich znaczenie we współczesnej gospodarce światowej | 203 |
| Łukasz Puślecki: Zarządzanie aliansami na podstawie wyników najnowszych badań | 213 |
| Denisa Repková: Financing financial crisis in banking sector | 225 |
| Magdalena Rosińska-Bukowska: Korporacje transnarodowe wobec wyzwań semiglobalnego otoczenia | 231 |
| Jerzy Rymarczyk: Wpływ globalnego kryzysu finansowego na zadłużenie krajów strefy euro | 241 |
| Iwona Sobol: Analiza instrumentów pochodnych z perspektywy finansów islamskich | 252 |
| Tadeusz Sporek: Konkurencyjność rozwoju gospodarki w procesie globalnej konkurencji i internacjonalizacji | 262 |
| Magdalena Kinga Stawicka: Handel zagraniczny a bezpośrednie inwestycje zagraniczne – zjawiska komplementarne czy substytucyjne w gospodarce polskiej? | 269 |
| Krzysztof Szaflarski, Anna Sobczyk-Kolbuch: Wpływ procesów globalizacyjnych na funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w aglomeracji górnośląskiej | 278 |
| Barbara Szymoniuk: Budowanie kapitału społecznego klastrów w semiglobalnym otoczeniu | 289 |
| Alina Szypulewska-Porczyńska: Stan i tendencje rozwoju handlu w ramach rynku wewnętrznego usług Unii Europejskiej | 298 |
| Marek Wróblewski: Międzynarodowy Fundusz Walutowy wobec kryzysu finansowego w Europie | 307 |
| Waldemar Zadworny: Analiza postaw przedsiębiorczych w sektorze MŚP na Podkarpaciu (w świetle wyników badań ankietowych) | 318 |
| Dominika Zenka-Podlaszewska: Zyski jako determinanta inwestycji w teorii ekonomii | 331 |
| Wojciech Zysk: Działalność eksportowa spółek z udziałem zagranicznym w Polsce w latach 2004-2010 | 342 |

Summaries

| | |
|--|----|
| Piotr Liszek: Polish foreign trade of liquefied petroleum gas in the years 2004-2011 | 18 |
| Marek Maciejewski: Openness of Polish economy in terms of capital account liberalization | 29 |
| Justyna Majchrzak-Lepczyk: Logistic service for trade sector | 38 |
| Dominika Malchar-Michalska: The impact of the food crisis on the implementation of agricultural export restrictions in the world agricultural trade | 48 |

| | |
|---|-----|
| Jakub Marszałek: Shares and convertible bonds market valuation relation – sector analysis on the Tel Aviv Stock Exchange..... | 59 |
| Grzegorz Mazur: Generalised system of customs preferences of the European Union – towards new regulations | 70 |
| Jakub Mazurek: Carry Trade – international speculative strategy. Contraction with uncovered interest rate parity and currency crash risk as a determinant of excessive rate of returns | 82 |
| Bartosz Michalski: International competitiveness of Polish economy in the perspective of the soft-power concept | 94 |
| Ewa Mińska-Struzik: Competitiveness of Poland’s high-tech exports | 105 |
| Edward Molendowski: Main trends in foreign trade of New Member States (EU-10) resulting from the accession to the EU..... | 121 |
| Barbara Mróz-Gorgoń: Globalization processes and their influence on franchise chain brand management | 131 |
| Wanda Nowara: Characteristics of foreign subsidiaries as determinants of its divestment..... | 143 |
| Anna Odrobina: Transnational Corporations and global research and development activities..... | 154 |
| Monika Paradowska: Problems of sustainable transport development in the context of international trade and investments | 167 |
| Paweł Pasierbiak: Investment ties between Japan and the Republic of Korea..... | 178 |
| Iwona Pawlas: Trade relations between Poland and chosen EU member economies at the time of economic instability | 190 |
| Bożena Pera: European Union trade and global financial crisis | 202 |
| Katarzyna Puchalska: Transnational Corporations and their role in contemporary world economy | 212 |
| Łukasz Puślecki: Alliance management on the basis of results of recent studies..... | 224 |
| Denisa Repková: Finansowanie kryzysu w sektorze bankowym..... | 230 |
| Magdalena Rosińska-Bukowska: Transnational Corporations in the Face of semi-global environment challenges | 240 |
| Jerzy Rymarczyk: Impact of the total financial crisis on the debts of the euro zone countries | 251 |
| Iwona Sobol: Analysis of derivatives from the perspective of Islamic finance | 261 |
| Tadeusz Sporek: Competitiveness of the development of economy in the process of global competition and internationalization | 268 |
| Magdalena Kinga Stawicka: Foreign trade and foreign direct investments – complementary or substitutable phenomena in Polish economy? | 277 |
| Krzysztof Szafarski, Anna Sobczyk-Kolbuch: Influence of globalisation on small and medium enterprises at Upper Silesian district | 288 |

| | |
|--|-----|
| Barbara Szymoniuk: Building social capital of clusters in the semi-global environment | 297 |
| Alina Szypulewska-Porczyńska: State and tendencies in the development of trade within the EU internal services market..... | 306 |
| Marek Wróblewski: International Monetary Fund towards the financial crisis in Europe | 317 |
| Waldemar Zadworny: Analysis of self-starter attitude in SME'S sector in Podkarpacie region (in the light of poll results) | 330 |
| Dominika Zenka-Podlaszewska: Profits as a determinant of investment in the theory of economics..... | 341 |
| Wojciech Zysk: Export activity of companies with foreign capital share in Poland in the years 2004-2010 | 350 |

Waldemar Zadworny

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

ANALIZA POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH W SEKTORZE MŚP NA PODKARPACIU (W ŚWIETLE WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH)

Streszczenie: Artykuł poświęcony jest analizie przedsiębiorczości w sektorze MŚP. W pierwszej części opracowania omówiono teoretyczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości opisywane w literaturze, specyfikę funkcjonowania sektora MŚP oraz istotę postaw przedsiębiorczych. Następnie podjęto próbę diagnozy i analizy postaw przedsiębiorczych właścicieli firm z sektora MŚP funkcjonujących na Podkarpaciu, opartą na wynikach własnych badań ankietowych.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, postawy przedsiębiorcze, sektor MŚP.

1. Wstęp

Według A. Lipki przedsiębiorczość to szczególny typ aktywności ludzi zorientowanej na wykorzystywanie pojawiających się w otoczeniu szans i pomyślnych zbiegów okoliczności w celu uzyskania określonych korzyści ekonomicznych i pozaekonomicznych¹. Przedsiębiorczość najczęściej utożsamiana jest z podejmowaniem działalności gospodarczej i sektorem MŚP, cechami osobowymi przedsiębiorcy, pracą na własny rachunek². Małe i średnie firmy, bardziej niż przedsiębiorstwa duże, są w stanie być: aktywne, żywotne, dynamiczne, elastyczne – a zarazem bardziej przedsiębiorcze. Łatwiej też w nich o odpowiednią atmosferę wspierającą zaangażowanie, inwencję i kreatywność pracowników.

Rola małych i średnich przedsiębiorstw w rozwijającej się gospodarce jest już od pół wieku zarówno przedmiotem specjalistycznych badań, jak i zainteresowania polityków oraz organizacji międzynarodowych. Wynika to z przypisywanego temu

¹ A. Lipka, *Strategiczne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości pracowników*, [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, red. M. Juchnowicz, Poltext, Warszawa 2004, s. 77.

² B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997, s. 33; K. Safin, *Zarządzanie małą firmą*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2002, s. 11.

sektorowi określonego znaczenia w procesie pobudzania aktywności gospodarczej i rozwoju społeczno-gospodarczym.

Pomimo ogólnej wiedzy na temat wpływu MŚP na funkcjonowanie gospodarek, cały czas pozostaje dużo nieodkrytych i nieopisanych obszarów, związanych zarówno ze sposobem określania tego wpływu, jak i z wiedzą o funkcjonowaniu małych firm. Niezwykle istotne znaczenie dla rozwoju sektora MŚP mają postawy przedsiębiorcze właścicieli firm, dlatego też zdiagnozowanie postaw przedsiębiorców wydaje się wyjątkowo przydatne.

Celem niniejszego opracowania jest próba diagnozy i analizy postaw przedsiębiorców działających w sektorze MŚP na obszarze województwa podkarpackiego, a w szczególności motywacji ich zachowań oraz postrzegania wartości firmy, jej pozycji konkurencyjnej, perspektyw, kierunków i czynników rozwoju. Cel ten zrealizowano, przeprowadzając badania ankietowe, a analizę wyników poprzedzono omówieniem uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości oraz specyfiki funkcjonowania sektora MŚP.

2. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

Mimo znaczącej roli gospodarczej przypisywanej tradycyjnie przedsiębiorczości nie wykształciła się jednolita i spójna jej teoria czy też ogólnie przyjęta i akceptowalna definicja bądź miara przedsiębiorczości. Wynika to przede wszystkim z faktu, że przedsiębiorczość sama w sobie jest wielowymiarowym i wieloczynnikowo uwarunkowanym zjawiskiem społeczno-ekonomicznym. To sprawia, że może być postrzegana w różnych aspektach.

W najbardziej rozpowszechnionym ujęciu przedsiębiorczość jest kojarzona z określeniami przedsiębiorstwo i przedsiębiorca. Takie rozumowanie wskazuje na fakt, że przedsiębiorczość najbardziej przejawia się w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa i jest utożsamiana z działaniami, jakie podejmuje właściciel, który zarządza daną firmą. Używane są wówczas takie określenia, jak przedsiębiorcze postawy i zachowania ludzi, którzy właśnie dzięki przedsiębiorczości osiągnęli sukces finansowy³.

J. Schumpeter za przedsiębiorczego człowieka uważa takiego, który tworzy przedsiębiorstwo, wprowadza postęp techniczny, nowe wyroby, zdobywa nowe rynki zbytu⁴. P.F. Drucker postrzega przedsiębiorcę jako kreatora innowacji, zawsze poszukującego zmian, reagującego na nie i wykorzystującego je jako okazje. Według niego przedsiębiorczość jest cechą osoby, a nie jest cechą osobowości, jest sposobem zachowania się⁵. J. Strużyńska podkreśla, że przedsiębiorczość jest tym, co ludzie

³ W. Walczak, *Miary i kryteria oceny przedsiębiorczości*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2010, nr 3, s. 5.

⁴ J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 122.

⁵ P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 32-36.

robią, a nie kim są⁶. Osoby przejawiające zachowania przedsiębiorcze charakteryzują się zdolnością postrzegania nowych szans o charakterze ekonomicznym oraz wprowadzania w życie nowych pomysłów i idei. Przyjmując za P.F. Druckerem, iż przedsiębiorczość jest formą zachowania, można stwierdzić, że poziom i intensywność zachowań przedsiębiorczych określa przede wszystkim potencjał przedsiębiorczości, który tworzą: kompetencje, umiejętności, wiedza pozwalająca zachować się kreatywnie, wyobraźnia, zdolność samodzielnego myślenia. Potencjał przedsiębiorczości nie jest w społeczeństwie wielkością stałą.

Observacje gospodarek i badania naukowe wskazują, że rozwój przedsiębiorczości uzależniony jest od określonych uwarunkowań w makrootoczeniu, uwarunkowań indywidualnych i organizacyjnych. Uwarunkowania w makrootoczeniu to czynniki sprzyjające działaniom przedsiębiorczym bądź je utrudniające. Są to czynniki⁷:

- społeczne – postawy ludzkie, które w danym społeczeństwie uważane są za istotne w osiągnięciu sukcesu, oraz takie, które ułatwiają w nim funkcjonowanie;
- prawne – jakość i liczba przepisów prawnych regulujących działalność gospodarczą; ekonomiści dowodzą, że proste i przejrzyste prawo lepiej sprzyja powstawaniu i rozwijaniu przedsiębiorstw niż prawo zawile i niezrozumiałe;
- instytucjonalne – sprawność działania instytucji, które mają wpływ na gospodarkę; uchwalenie najlepszego prawa niewiele zmienia, gdy nie zmieni się jakość działania instytucji publicznych – to one prowadzą wiele spraw związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa: rejestrują firmy, wydają różnego rodzaju zgody i pozwolenia, przeprowadzają wszelakie kontrole itp.;
- techniczne – rozwój infrastruktury technicznej; słaby stan i rozwój tej infrastruktury stwarza fizyczne bariery w sprawnym alokowaniu czynników wytwórczych i pobudzaniu inwestycji prywatnych;
- makroekonomiczne – wielkości ekonomiczne, które mają wpływ na wszystkie podmioty oraz na procesy w gospodarce; w uwarunkowaniach makroekonomicznych wpływających na rozwój przedsiębiorczości główną rolę odgrywają czynniki związane z aktualną polityką gospodarczą. Jest ona prowadzona za pomocą polityki monetarnej i fiskalnej. Działania te wzmacniają lub osłabiają rozwój prywatnej inicjatywy poprzez, bezpośredni i/lub pośredni, wpływ na czynniki podażowe i popytowe.

Z kolei uwarunkowania indywidualne odnoszą się do różnic psychologicznych jednostek – osoby przedsiębiorcze cechują się wyższą niż inne potrzebą osiągnięć. Natomiast uwarunkowania organizacyjne występują, gdy w przedsiębiorstwach kształtowane jest środowisko przychylne dla twórczych pracowników i ich pomysłów.

⁶ J. Strużyna, *Przedsiębiorczość organizacyjna. Orientacje czasowe, opcje realne, wyjątkowi ludzie*, Gnom, Katowice 2004, s. 13.

⁷ A. Jędruchiewicz, *Makroekonomiczne uwarunkowania przedsiębiorczości*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2011, nr 3, s. 18-19.

Można zatem stwierdzić, że uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości wprawdzie tkwią w systemie instytucjonalnym i stanowią pochodną zjawisk i procesów zachodzących w gospodarce, ale przede wszystkim są uzależnione od ludzi, ich inwencji, kreatywności oraz zdolności do wykorzystywania wiedzy.

3. Specyfika funkcjonowania sektora MŚP

Pod względem ilościowym kategoria mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw jest wyraźnie sprecyzowana⁸, natomiast pod względem jakościowym przedsiębiorstwa należące do tej grupy są wysoce zróżnicowane. Różni je motyw podjęcia działalności gospodarczej, strategię funkcjonowania i rozwoju, zakres technologii wykorzystywanej w działaniu, dywersyfikacja swojej działalności. Najmniejsze podmioty gospodarcze cechuje: szybkość procesu decyzyjnego, umiejętność dostosowania do istniejącego popytu rynkowego i zmieniających się warunków zewnętrznych oraz wykorzystywanie szans w otoczeniu umożliwiających dalszy rozwój⁹. Charakteryzuje je przewaga nad dużymi przedsiębiorstwami, przejawiająca się m.in. w szybkim przepływie informacji wewnątrz przedsiębiorstwa. W warunkach pogorszenia koniunktury funkcjonowanie i rozwój sektora MŚP utrudnia występujący zazwyczaj brak rezerw finansowych.

Małe i średnie przedsiębiorstwa, pomimo rozwiniętej struktury potencjalnych źródeł finansowania, mają ograniczone możliwości pozyskania kapitałów, gdyż stanowią grupę klientów o dużym ryzyku dla instytucji finansowych. Konsekwencją tego są niskie nakłady na inwestycje i rozwój kadr oraz słaba współpraca z jednostkami naukowo-badawczymi, a co za tym idzie – niska konkurencyjność sektora MŚP¹⁰.

Specyfika funkcjonowania małych i mikroprzedsiębiorstw uwidacznia się w występowaniu ścisłego związku między przedsiębiorstwem a osobą przedsiębiorcy, który z reguły pełni w nim najważniejsze funkcje. Właściciele małych firm charakteryzują w szczególności takie cechy, jak: przedsiębiorczość, samodzielność, zdolność do podejmowania ryzyka gospodarczego, umiejętność szacowania nakładów i efektów, dążenie do wzrostu zamożności, umiejętność kierowania zespołami ludzkimi w mikroskali, umiejętność przewyższania barier administracyjnych¹¹. Skupiając

⁸ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, DzU 2004, nr 173, poz. 1807, art. 104.

⁹ L. Zienkowski (red.), *Wkład małych i średnich przedsiębiorstw w rozwój gospodarki polskiej*, Polska Fundacja MŚP, Warszawa 1997, s. 137; G. Sobczyk (red.), *Ekonomika małych i średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2004, s. 11.

¹⁰ J. Bandzarewicz, *Finansowanie rozwoju MSP w Polsce z wykorzystaniem funduszy Unii Europejskiej*, [w:] *Problemy regionalizmu*, red. J. Rymarczyk, M. Domiter, W. Michalczyk, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 25.

¹¹ M. Brojakowska, *Specyfika i znaczenie funkcjonowania mikro i małych przedsiębiorstw*, [w:] *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 42, Wydawnictwo US, Szczecin 2006, s. 99.

władzę oraz realizując wytyczone przez siebie cele, właściciele firm podejmują decyzje strategiczne i aktywnie angażują się w bieżącą działalność organizacji. Przedsiębiorca jest więc inicjatorem działań¹². Przetrawianie i rozwój firmy są w znacznym stopniu uzależnione od jego umiejętności oceny sytuacji i przewidywania szans i zagrożeń w otoczeniu. Kierujący małymi firmami polegają głównie na własnej intuicji, a także na kontaktach osobistych składających się na osobistą sieć powiązań.

Kolejną charakterystyczną cechą małych podmiotów jest występujący często brak dywersyfikacji prowadzonej działalności, a w skrajnych przypadkach uzależnienie firmy od jednego kluczowego dostawcy lub odbiorcy. Utrata głównego kontrahenta, załamanie koniunktury w branży, w której działa firma, ograniczają pole manewru przedsiębiorstwa. Może to stanowić poważne zagrożenie dla funkcjonowania przedsiębiorstw. Przedstawiając specyfikę małych organizacji, należy podkreślić także szczególną rolę rodziny w funkcjonowaniu firmy. Wiele małych podmiotów deklaruje, że są przedsiębiorstwami rodzinnymi. Może to oznaczać, zwłaszcza w najmniejszych organizacjach, zaangażowanie członków rodziny w prowadzenie firmy na zasadach niekomercyjnych, co obniża koszty jej funkcjonowania, dając przewagę konkurencyjną¹³.

Przedsiębiorstwa rodzinne charakteryzują się większym poziomem odpowiedzialności: za rodzinę, pracowników, a także za społeczność lokalną, w której funkcjonują. Wypracowany w rodzinie system wzajemnego porozumiewania się oraz częste przebywanie ze sobą członków rodziny przekładają się na szybsze podejmowanie decyzji w firmie rodzinnej. Wykazują one też większą elastyczność w stosunku do potrzeb swoich klientów. Konsekwencją dominacji w przedsiębiorstwie więzi rodzinnych jest niski stopień formalizacji i biurokratyzacji procedur w firmie. Zarządzający przedsiębiorstwem rodzinnym świadomie lub nieświadomie ograniczają znaczenie czynników rodzinnych i społecznych, skupiając się na aspektach ekonomicznych działalności gospodarczej¹⁴.

4. Istota postaw przedsiębiorczych

Klasyki teorii przedsiębiorczości koncentrowali się przede wszystkim na jej ekonomicznym aspekcie. J.B. Say jako pierwszy podjął się próby zdefiniowania tego terminu, stwierdzając, że przedsiębiorczość oznacza zachowania, w konsekwencji których zasoby ekonomiczne są przenoszone z obszaru o niższej do obszaru o wyż-

¹² S. Gudkova, *Rozwój małych przedsiębiorstw. Wiedza, sieci osobistych powiązań, proces uczenia się*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 13; P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, PWN, Warszawa 2005, s. 21.

¹³ V. Zocchi, *The role of communication in the intergenerational transfer of family-run small and medium firms*, [w:] *Concepts of Management. New Trends & Challenges in Management*, red. E. Weiss, M. Godlewska, A. Bitkowska, Vizja Press & IT, Warszawa 2008, s. 292.

¹⁴ Ł. Sułkowski, *Raport z badań przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce*, [w:] *Determinanty rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce*, red. Ł. Sułkowski, TNOiK, Toruń 2005, s. 17-52.

szej wydajności, dzięki czemu zwiększa się ich zastosowanie oraz zysk. Według J. Schumpetera na osobę przedsiębiorczą należy patrzeć przez pryzmat wprowadzanych przez nią innowacji, które przynoszą nie tylko duże korzyści, ale także naśladowców, niwelujących osiągnięte zyski, a przez to wymuszających konieczność poszukiwania nowych rozwiązań¹⁵.

Należy zdecydowanie podkreślić, że postawy przedsiębiorcze nie wyrażają się jedynie w zakładaniu własnych firm. Człowiek jest przedsiębiorczy zawsze w konkretnej sytuacji, gdy uwarunkowania zewnętrzne oraz osobowościowe współprzyczyniają się do wyzwolenia w nim inicjatywy i wprowadzenia w życie decyzji o znamionach przedsiębiorczych. Przymiotnikiem tym określa się o wiele więcej zachowań, jak choćby¹⁶:

- konsekwentne dążenie do celu,
- znajdowanie nowych pomysłów,
- wyzwalanie wewnętrznej motywacji,
- skłonność do podejmowania ryzyka,
- radzenie sobie z trudnościami,
- dominowanie w grupie, przewodzenie,
- łatwość nawiązywania kontaktów z ludźmi,
- dynamiczne dostosowywanie się do nowych uwarunkowań.

Mimo braku zgody co do istoty przedsiębiorczości, wśród badaczy oraz w samym społeczeństwie panuje przekonanie o jej pozytywnym wpływie nie tylko na jednostkę, ale także na cały kraj. Potwierdzają to liczne badania, według których – biorąc pod uwagę choćby główny przejaw tego zjawiska, czyli powstawanie nowych firm – postawy przedsiębiorcze wprost proporcjonalnie przyczyniają się do wzrostu gospodarczego, mierzonego stopą wzrostu PKB¹⁷.

5. Badanie postaw przedsiębiorczych – analiza wyników

Realizując założony cel badawczy, jakim uczyniono próbę oceny postaw przedsiębiorców działających w sektorze MŚP, skoncentrowano się na takich zagadnieniach, jak:

- motywy podjęcia działalności gospodarczej,
- postrzeganie i wartościowanie osobowych, materialnych i niematerialnych czynników wzrostu,
- podejmowane działania przedsiębiorcze,
- ocena pozycji rynkowej własnej firmy oraz deklarowane plany jej rozwoju.

¹⁵ A. Gawęł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Prace Habilitacyjne 34, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2007, s. 15-16.

¹⁶ M. Gola, *Spoleczno-ekonomiczne determinanty rozwoju przedsiębiorczości*, [w:] *Spoleczne determinanty edukacji i gospodarowania*, red. K. Rędziński, M. Zieliński, Gliwicka Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Gliwice 2008, s. 321.

¹⁷ A. Gawęł, wyd. cyt., s. 30.

Zaprojektowane badanie ankietowe przedsiębiorców działających w sektorze MŚP zrealizowano techniką wywiadu bezpośredniego kwestionariuszowego. Badanie przeprowadzono w IV kwartale 2011 roku, objęto nim 112 właścicieli przedsiębiorstw zlokalizowanych na obszarze Podkarpacia i funkcjonujących na rynku od co najmniej trzech lat.

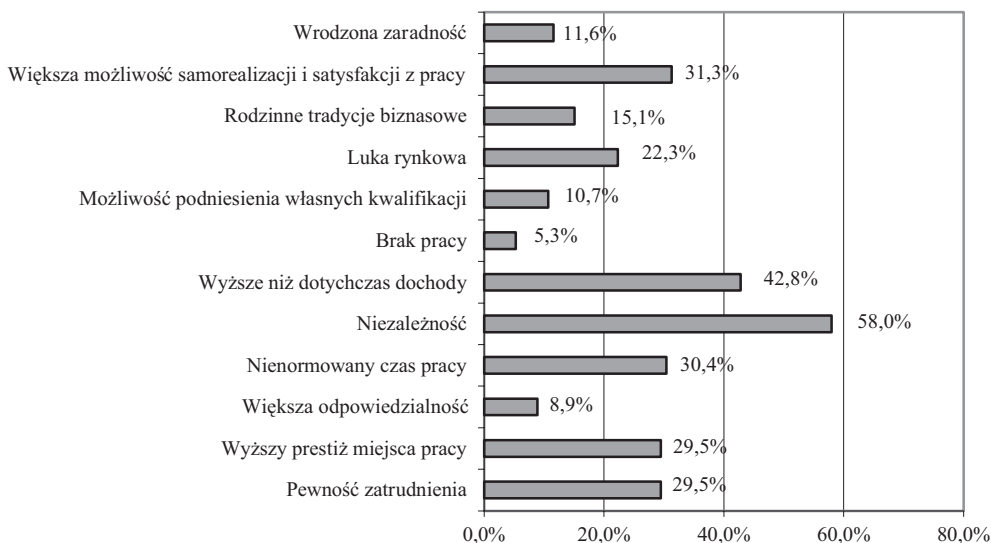
Spośród ogółu objętych badaniem przedsiębiorstw 69,6% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników, 25% małe przedsiębiorstwa zatrudniające do 50 pracowników. Najmniej w badanej próbie było przedsiębiorstw średnich zatrudniających do 249 osób, stanowiły one tylko 5,4% ogółu badanych firm. 30,4% respondentów zadeklarowało, że ich firma jest firmą rodzinną. Profil prowadzonej działalności badanych przedsiębiorstw uwidacznia przewagę firm usługowych – 65,2% i handlowych – 39,2%¹⁸. Tylko 10,7% ogółu badanych firm prowadzi działalność produkcyjną. Badane podmioty funkcjonują na rynku stosunkowo długo – 45,5% respondentów prowadzi działalność ponad 10 lat, 21,5% stanowią firmy funkcjonujące od 6 do 10 lat, 33% funkcjonuje na rynku od 3 do 5 lat. Długi czas funkcjonowania badanych podmiotów na rynku pozwala przypuszczać, że opinie respondentów wyrażone w badaniu oparte są na wieloletnim doświadczeniu w prowadzeniu działalności gospodarczej. Forma organizacyjno-prawna podmiotów uwidacznia typową dla regionu dominację osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą (37,5%). Spośród firm objętych badaniem 7,1% stanowiły spółki osobowe, 25% spółki akcyjne, 30,4% spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Należy zauważyć, że większość (55,4%) badanych firm ma formę prawną, która sprzyja ich rozwojowi. Dzięki takim formom prawnym, jak spółka z ograniczoną odpowiedzialnością czy też spółka akcyjna, przedsiębiorstwa mogą podnosić swoją konkurencyjność poprzez realizowanie strategii rozwoju opartej na wprowadzaniu innowacji. Mogą skutecznie włączać się w rynek kapitałowy i pozyskiwać fundusze na rozwój.

Analiza motywów podjęcia działalności gospodarczej przez właścicieli badanych firm (rys. 1) uwidacznia, że najczęstszą przyczyną utworzenia firmy była chęć osiągnięcia niezależności (58% odpowiedzi) oraz osiągnięcia wyższych niż dotychczas dochodów (42,8% odpowiedzi)¹⁹. Stosunkowo liczna grupa ankietowanych określa, że motywem podjęcia działalności gospodarczej było dostrzeżenie luki rynkowej (22,3% respondentów) i rodzinne tradycje biznesowe (15,1% respondentów). Należy podkreślić, że rodzinne tradycje biznesowe jako przyczynę utworzenia firmy częściej wskazywały osoby, które deklarowały, że ich firma jest przedsiębiorstwem rodzinnym, niż właściciele pozostałych firm (24,1% odpowiedzi). Najmniejszy odsetek respondentów (5,3% odpowiedzi) wskazał brak możliwości znalezienia pracy

¹⁸ Niektórzy respondenci wskazali więcej niż jeden rodzaj prowadzonej działalności, stąd wynik nie sumuje się do 100.

¹⁹ Respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednego motywu podjęcia działalności, więc wyniki nie sumują się do 100.

jako przyczynę rozpoczęcia działalności gospodarczej. Wynik ten jest zbieżny z danymi statystycznymi i prowadzonymi badaniami naukowymi – przedsiębiorczość determinowana jest z reguły innymi motywami niż brak możliwości znalezienia zatrudnienia²⁰.



Rys. 1. Motywy podjęcia działalności gospodarczej przez właścicieli badanych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Podjęty w badaniu problem identyfikacji najistotniejszych atutów przedsiębiorstwa (wg subiektywnego odczucia właścicieli) pozwala określić ich postrzeganie wartości własnych firm. Największą rangę przypisują ankieterzy kapitałowi ludzkiemu (51,7% wskazań)²¹. Kolejne pozycje w ocenie respondentów stanowią: majątek rzeczowy tworzący przedsiębiorstwo (45,5% wskazań), uznanie dla marki (36,6%), kapitał finansowy (27,7%) i sieć osobistych powiązań (25%). Za korzystną należy uznać deklarację, iż o wartości firmy w największym wymiarze decydują tworzący ją i zatrudnieni w niej ludzie. Potencjał ludzki w myśl nowoczesnych koncepcji zarządzania uznawany jest bowiem za główne źródło przewagi konkurencyjnej firm. Na podkreślenie zasługuje dostrzeżenie znaczenia sieci osobistych powią-

²⁰ Zbliżone wyniki badań prezentowane są w innych opracowaniach dotyczących małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, np. E. Balcerowicz (red.), *Mikroprzedsiębiorstwa – sytuacja ekonomiczna, finansowanie, właściciele*, CASE, Warszawa 2002, s. 101; T. Łuczka, *Barriere rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Szkice o współczesnej przedsiębiorczości*, red. T. Łuczka, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2005, s. 28.

²¹ Respondenci mogli wskazać dwa najważniejsze atuty wartości firmy.

zań przedsiębiorcy. W przypadku mikro i małych podmiotów gospodarczych relacje te pozwalają budować grupy docelowych klientów, dostawców, kooperantów.

Analizując tendencje zmian wielkości zatrudnienia i perspektyw rozwoju badanych podmiotów, zadano respondentom pytanie: Jakie zmiany w wielkości zatrudnienia wystąpiły w firmie w ciągu trzech ostatnich lat? Połowa ankietowanych odpowiedziała, że kształtowało się ono na stałym poziomie. Wzrost zatrudnienia wystąpił w 35,7% przedsiębiorstw objętych badaniem, spadek w 14,3% podmiotów. W zdecydowanej większości (87,5% odpowiedzi) badane podmioty zamierzają kontynuować działalność gospodarczą w ciągu najbliższych pięciu lat. 66,3% spośród nich planuje powiększenie skali działalności, 15,3% nie ma takich zamierzeń, a 18,4% respondentów nie potrafi sprecyzować swoich zamiarów. Przewidywana chęć kontynuowania biznesu nie wiąże się jednak wyraźnie z planowaniem rozwoju, ekspansji, fuzji z innym, silniejszym podmiotem. Spośród objętych badaniem przedsiębiorców 83% nie planuje zmiany formy organizacyjno-prawnej prowadzenia działalności. Tylko 6,3% badanych przedsiębiorców planuje połączenie się z innym małym podmiotem, 3,6% respondentów zamierza przyłączyć się do dużej firmy działającej w branży, a 2,7% przystąpić do klastra skupiającego producentów danej branży.

Skala inwestycji w badanych firmach jest dodatnio skorelowana z wielkością przedsiębiorstwa. Firmy małe i mikro przeznaczają na inwestycje poniżej 5% swoich przychodów. Działalność inwestycyjną 75,9% badanych przedsiębiorstw finansuje ze środków własnych. Im firma mniejsza, tym zdecydowanie rzadziej korzysta z zewnętrznych źródeł finansowania. Ograniczoną działalność inwestycyjną przedsiębiorcy najczęściej wyjaśniają brakiem dostępu do kapitału (40,1% wskazań), ryzykiem związanym z ciągłymi zmianami w prawodawstwie (37,5%) oraz małym popytem na rynku (28,6%). Trzeba też zaznaczyć, że większość badanych firm (64,3% wskazań) działała na rynku lokalnym, a tylko 4,5% sprzedawało swoje produkty za granice kraju. Firmy objęte badaniem najczęściej inwestują w maszyny i urządzenia (94,6% wskazań), a tylko 5,4% firm inwestuje w zakup nowych technologii. Małe środki finansowe firm i dłuższy zwrot inwestycji w nowe technologie powodują, że większość firm koncentruje się na sprawach bieżących.

Wyniki badań wskazują, że tylko co czwarty właściciel firmy deklaruje podejmowanie starań o przyznanie środków wsparcia publicznego, przy czym zaangażowanie to wzrasta wraz ze wzrostem wielkości firm. W opinii respondentów przyczyną rzadkiego korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania są, oprócz braku takiej potrzeby (27,7% wskazań), trudności w pozyskiwaniu środków unijnych (29,5%) i zbyt duże koszty zaciągania kredytów (31,3%). Istotnym czynnikiem jest także brak wiedzy na temat możliwości wsparcia unijnego i niejasność przepisów (19,6%), co najczęściej deklarowały firmy mikro.

Badania pokazują również, że przedsiębiorcy z sektora MŚP niewiele wiedzą na temat otoczenia konkurencyjnego i potrzeb konsumentów. Większość (80,1%) badanych firm nie monitoruje konkurencji, podczas gdy firm nieanalizujących po-

trzeb klientów jest aż 87,5%. Należy jednak zaznaczyć, że spośród 12,5% firm, które gromadzą informacje związane z potrzebami klientów, to głównie firmy mikro – mimo wielu swych słabości – wykazują większą elastyczność w dostosowaniu się do wymagań klienta.

Udział firm zatrudniających pracowników z wyższym wykształceniem (67,8% odpowiedzi) oraz fakt podnoszenia kwalifikacji przez pracowników w badanych firmach (61,6% odpowiedzi), m.in. poprzez uczestnictwo w szkoleniach, jest bardzo dobrym prognostykiem dla tych firm, przy czym należy podkreślić, że 38,4% badanych podmiotów deklarowało, że ich pracownicy i kadra kierownicza nie uczestniczą w szkoleniach, a jeżeli uczestniczą, to rzadziej niż raz w roku, co najczęściej deklarowały firmy mikro. Nie ma co prawda jednoznaczności w określaniu związku pomiędzy wykształceniem pracowników a efektami uzyskiwanymi przez firmę, niemniej jednak intuicyjnie do problemu podchodząc, można założyć, że wyższe kwalifikacje pracowników przyczyniają się do innowacyjnych rozwiązań i efektywniejszej pracy. Należy również przypuszczać, że w najbliższych latach liczba pracowników, którzy ukończyli studia, będzie się zwiększać.

Kolejną istotną kwestią w podjętym badaniu było uzyskanie odpowiedzi na pytanie, jakie są kierunki i strategie wzrostu małych i średnich podmiotów gospodarczych w regionie Podkarpacia. Na zadane respondentom pytanie: Czy firma posiada strategię działania?, 22,3% ankietowanych odpowiedziało, że firma ma określoną strategię działań i plany strategiczne w postaci dokumentów, a 77,7% stwierdziło, że firma nie posiada sformalizowanej strategii, działa według intuicyjnych zamierzeń właścicieli.

Dostrzec można wyraźną korelację w udzielanych odpowiedziach pomiędzy wielkością firmy a podejściem do planowania strategicznego. Spośród badanych mikroprzedsiębiorstw tylko 9% sporządza plany strategiczne, pozostałe firmy działają na podstawie doraźnych planów właściciela. Uzyskany rozkład odpowiedzi potwierdza dane pochodzące z innych badań i literatury przedmiotu, że firmy małe i mikro z reguły kierują się w działaniu perspektywą krótkookresową, dużą rolę w podejmowanych decyzjach odgrywa intuicja właściciela i bieżąca obserwacja otoczenia. W firmach tych cały proces zarządzania skupia w swych rękach właściciel, co rozprasza jego działalność na zbyt wiele czynności organizacyjnych, niezbędnych przy zarządzaniu firmą. Brakuje mu czasu na stworzenie strategii rozwoju firmy, w której większe znaczenie mogłyby mieć działania innowacyjne.

Przedsiębiorcy pytani o przyczynę braku strategicznych planów działania najczęściej wskazywali, że ich zdaniem strategia i plan strategiczny nie chronią przed ryzykiem (27,7% odpowiedzi), firma mała i mikro nie potrzebuje planu strategicznego (33%), przedsiębiorcom brakuje czasu na sporządzanie planu strategicznego (31,3%). Firmy, które sporządzają formalne dokumenty określające strategię działania, uzasadniały potrzebę jej posiadania przede wszystkim tym, że strategia pozwala bardziej efektywnie wykorzystać posiadane zasoby (28,6% wskazań), skupić się na sprawach najważniejszych dla rozwoju firmy (32,1%), lepiej zrozumieć potrzeby

klientów i usprawnić relacje z nimi (10,7%), udoskonalić podejmowane decyzje (8%) oraz zwiększa prawdopodobieństwo wygrania walki konkurencyjnej (8,9%).

Istotnym elementem charakterystyki podmiotów gospodarczych jest zdefiniowanie kierunków działań, które firmy planujące rozwój zamierzają realizować. Najczęściej opcją wskazywaną przez respondentów jest planowany wzrost sprzedaży na dotychczasowych rynkach (53,6% odpowiedzi) i poszukiwanie nowych rynków zbytu (49%). Mniej badanych przedsiębiorstw deklaruje w najbliższym czasie dywersyfikację działalności (25,9%), udoskonalenie obecnych wyrobów i technologii firmy (29,5%) bądź koncentrację na wybranym segmencie rynku (17,6%). Przedsiębiorcy pytani o czynniki sprzyjające rozwojowi firmy za najważniejsze uznali: kompetencje kierującego firmą (67,9% odpowiedzi), dobrą współpracę z dostawcami i odbiorcami (64,3%) i wysoko wykwalifikowany personel (38,4%). Mniejsze znaczenie przypisywano takim czynnikom, jak: lokalizacja firmy, stan infrastruktury, pomoc ze strony władz lokalnych. Podkreślić należy, że większość objętych badaniem firm odczuwa brak wsparcia ze strony instytucji otoczenia biznesu.

6. Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwoliły na dokonanie analizy postaw przedsiębiorczych w sektorze MŚP w województwie podkarpackim. Brak materiału porównawczego w postaci wyników podobnych badań w innych częściach kraju uniemożliwia postawienie ogólnych tez dotyczących postaw właścicieli małych i średnich firm, natomiast za uzasadnione można uznać sformułowanie wstępnych wniosków, odnoszących się do przedsiębiorców funkcjonujących w województwie podkarpackim.

Za optymistyczne należy uznać prognozy dotyczące funkcjonowania firm w przyszłości: wzrostu zatrudnienia, poszerzenia profilu działalności, ekspansji na nowe rynki. Przedsiębiorcy, dostrzegając bariery i ograniczenia prowadzonej działalności związane m.in. z brakiem dostępu do kapitału czy ciągłymi zmianami w prawodawstwie, deklarują chęć kontynuowania biznesu i powiększenia skali działalności, przy czym nie planują zmiany formy organizacyjnej firmy ani fuzji z innym, silniejszym podmiotem. Strategie działań perspektywicznych nie są z reguły sformalizowane, firmy działają według intuicyjnych zamierzeń właścicieli.

Z badawczego punktu widzenia należy wyciągnąć dwa wnioski. Po pierwsze, istnieje potrzeba zweryfikowania wybranych zachowań przedsiębiorczych poprzez szeroko pojmowany sukces firmy. Najlepszą miarą byłby jej wzrost (mierzony przychodami lub obrotami). Będzie to możliwe po opracowaniu wyników badań, które zostały przeprowadzone powtórnie na tej samej próbie badawczej w bieżącym roku. Po drugie, porównanie wybranych elementów zachowań przedsiębiorczych z ich efektami pozwoli na ocenę ich znaczenia dla kondycji i rozwoju firmy.

Reasumując, stwierdzić należy, że małe i średnie przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność gospodarczą na terenie województwa podkarpackiego, powinny podjąć bardziej aktywne – niż do tej pory – działania. Zarządzający tymi pod-

miotami muszą rozumieć, że dalsze istnienie przedsiębiorstw, ich rozwój, wzrost konkurencyjności już teraz odbywa się w warunkach rynku globalnego. Rynek ten dla chcących się rozwijać podmiotów stwarza nowe wyzwania i otwiera przed nimi nowe szanse. Efektywne wykorzystanie tych szans, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych gospodarczo, uzależnione jest w znacznym stopniu od aktywnych postaw przedsiębiorców, od ich skłonności do inwestowania, absorpcji lokalnych zasobów i tworzenia nowych miejsc pracy.

Literatura

- Balcerowicz E. (red.), *Mikroprzedsiębiorstwa – sytuacja ekonomiczna, finansowanie, właściciele*, CASE, Warszawa 2002.
- Bandzarewicz J., *Finansowanie rozwoju MSP w Polsce z wykorzystaniem funduszy Unii Europejskiej*, [w:] *Problemy regionalizmu*, red. J. Rymarczyk, M. Domiter, W. Michalczyk, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010.
- Brojakowska M., *Specyfika i znaczenie funkcjonowania mikro i małych przedsiębiorstw*, [w:] *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 42, Wydawnictwo US, Szczecin 2006.
- Dominiak P., *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, PWN, Warszawa 2005.
- Drucker P.F., *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Gaweł A., *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Prace Habilitacyjne 34, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2007.
- Gola M., *Społeczno-ekonomiczne determinanty rozwoju przedsiębiorczości*, [w:] *Społeczne determinanty edukacji i gospodarowania*, red. K. Rędziński, M. Zieliński, Gliwicka Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości, Gliwice 2008.
- Gudkova S., *Rozwój małych przedsiębiorstw. Wiedza, sieci osobistych powiązań, proces uczenia się*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Jędruchniewicz A., *Makroekonomiczne uwarunkowania przedsiębiorczości*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2011, nr 3.
- Lipka A., *Strategiczne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości pracowników*, [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, red. M. Juchnowicz, Poltext, Warszawa 2004.
- Łuczka T., *Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Szkice o współczesnej przedsiębiorczości*, red. T. Łuczka, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2005.
- Piasecki B., *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
- Safin K., *Zarządzanie małą firmą*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2002.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Sobczyk G. (red.), *Ekonomika małych i średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2004.
- Strużyna J., *Przedsiębiorczość organizacyjna. Orientacje czasowe, opcje realne, wyjątkowi ludzie*, Gnom, Katowice 2004.
- Sułkowski Ł., *Raport z badań przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce*, [w:] *Determinanty rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych w Polsce*, red. Ł. Sułkowski, TNOiK, Toruń 2005.
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, DzU 2004, nr 173, poz. 1807, art. 104.
- Walczak W., *Miary i kryteria oceny przedsiębiorczości*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2010, nr 3.

Zienkowski L. (red.), *Wkład małych i średnich przedsiębiorstw w rozwój gospodarki polskiej*, Polska Fundacja MŚP, Warszawa 1997.

Zocchi V., *The role of communication in the intergenerational transfer of family-run small and medium firms*, [w:] *Concepts of Management. New Trends & Challenges in Management*, red. E. Weiss, M. Godlewska, A. Bitkowska, Vizja Press &IT, Warszawa 2008.

ANALYSIS OF SELF-STARTER ATTITUDE IN SME'S SECTOR IN PODKARPACIE REGION (IN THE LIGHT OF POLL RESULTS)

Summary: The article deals with the analysis of self-starter attitudes in SME's sector. In the first part of the study theoretical conditions of self-starter attitude development are discussed as described in literature as well as the character of SME's functioning and the core of self-starter attitudes. Next, there is an attempt to diagnose and analyze the attitude of entrepreneurs in SME's sector in Podkarpacie, based on the results of my own poll results.

Keywords: entrepreneur, self-starter attitude, SME's sector.