

# Jeśli dyskutować o MŚP, to na Śląsku

– Śląsk to optymalne miejsce na powstawanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw – mówi w rozmowie z Bartłomiejem Wnukiem dr hab. Wojciech Dyduch, prorektor ds. edukacji Uniwersytetu Ekonomicznego i kierownik Zakładu Zarządzania Przedsiębiorczego w Katedrze Przedsiębiorczości katowickiej uczelni

Patronem merytorycznym cyklu wywiadów jest Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

**Bartłomiej Wnuk:** W październiku, w Katowicach odbyła się pierwsza edycja Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw. To pierwsze tej rangi wydarzenie po ponad dwudziestu dwóch latach od transformacji ustrojowej dedykowane MŚP. Czy Śląsk to dobre miejsce do organizacji tego typu imprezy?

**Wojciech Dyduch:** Śląsk, w mojej opinii, to najlepsze miejsce na tego typu imprezy. To region o unikalnej pozycji ekonomicznej wynikającej z faktu, że jest najbardziej uprzemysłowiony i zurbanizowany w Polsce. Do tego, Śląsk jest obszarem o najwyższej w kraju gęstości zaludnienia. To zatem ogromny rynek zbytu i optymalne miejsce na powstawanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. Liczba ludności, potencjalnych konsumentów powoduje, że powstawanie nowych firm nieprędko nasyci rynek. Do tego, przy zróżnicowanej strukturze społecznej i koncentracji przemysłu, administracji, uczelni wyższych, instytucji kultury i dużych firm kumulujących kapitał, rysują się tu szanse na oferowanie przez małe i średnie firmy unikalnych usług, których wcześniej nikt nie zaproponował. Śląsk, to zatem wspaniały ekosystem połączony z ogólnoeuropejską siecią autostrad, w którym przed małymi i średnimi przedsiębiorstwami rysują się wręcz nieograniczone możliwości. I jeśli dyskutować o małych i średnich, to właśnie tutaj.

**Jak wynika z badań, Polska jest na szóstym miejscu w Europie jeśli chodzi o ilość zarejestrowanych działalności. Jak na tle samej Polski wypada Śląsk?**

Śląsk, patrząc tylko statystycznie, wypadł bardzo dobrze. Do tego dochodzi wysoki etos pracy i tak zwana przedsiębiorczość z konieczności, które przez wiele lat spowodowały, że ludzie na Śląsku mają wysoce rozwinięte kompetencje przedsiębiorcze.

**Dr hab. Wojciech Dyduch, prof. UE w pracy naukowej zajmuje się pomiarem przedsiębiorczości, kapitałem społecznym, twórczością i efektywnością w organizacjach**



Bartłomiej Wnuk

**Kto ma ich więcej – kobiety czy mężczyźni?**

Większość firm zakładają mężczyźni, jednak to kobiety są bardziej konsekwentne i wygrywają w dłuższym okresie czasu.

**Czym powinien się cechować „przedsiębiorca idealny”?**

Nie ma idealnego profilu przedsiębiorcy. Wszystko zależy od sektora, skali, czy rodzaju potencjalnej działalności. Nie ma też zestawu cech, które determinują sukces. Są natomiast pewne umiejętności i cechy, które są pomocne w prowadzeniu działalności. Należą do nich umiejętności finansowe, umiejętność sprzedaży i kompetencje na poziomie zarządzania. Ważne są także pracowitość, szacunek dla czasu, pieniędzy i drugiego człowieka.

**Według analiz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, aż 60 proc. młodych ludzi w Polsce w wieku do 30 roku życia deklaruje chęć pracy na własny rachunek, jednak w rzeczywistości tylko 30 proc. z nich zakłada firmę. Dlaczego? Jak temu przeciwdziałać (jak im pomóc)?**

Według badań prowadzonych w Katedrze Przedsiębiorczości, te dane są nawet mniej imponujące. 93 proc. studentów twierdzi, że są osobami przedsiębiorczymi, ale tylko kilkanaście procent chce założyć własną firmę zaraz po ukończeniu studiów. Warto jednak zauważyć, że odsetek studentów chętnych do samozatrudnienia rośnie – w roku 2003 było ich może 5 proc. Najczęściej wskazywane powody niechęci założenia firmy, to strach przed porażką i stratami finansowymi, wciąż nadmierna biurokracja i trudne przepisy prawne, koszty (np. ZUS), trudności w uzyskaniu kredytu czy pomocy finansowej. Są też powody związane z myśleniem w kategoriach tzw. mitów przedsiębiorczości (nie nadaję się na przedsiębiorcę, nie mam szczęścia, pieniędzy, pomysłu, kontaktów itp.). Oczywiście, nie jest celem, aby wszyscy zostali przedsiębiorcami, natomiast niezdecydowanym można pomóc przez odpowiednie kształcenie i szkolenia w zakresie np. pisania biznesplanu, tworzenia strategii, rozważenia szans i zagrożeń związanych z założeniem firmy. Jako pierwsza na Śląsku a może

**Dr hab. Wojciech Dyduch, prof. UE**

Prorektor ds. edukacji Uniwersytetu Ekonomicznego i kierownik Zakładu Zarządzania Przedsiębiorczego w Katedrze Przedsiębiorczości katowickiej uczelni. Wiceprezes na Polskę European Council for Small Business, ambasador na Polskę sekcji przedsiębiorczości amerykańskiej Academy of Management. W pracy naukowej zajmuje się pomiarem przedsiębiorczości, kapitałem społecznym, twórczością i efektywnością w organizacjach. Wcześniej związany był ze śląskim biznesem. Pracował w Górnośląskim Towarzystwie Funduszy Inwestycyjnych na stanowisku dyrektora ds. public relations, a także w Centrum Promocyjno-Reklamowym jako redaktor i copywriter. Absolwent Śląskiej Międzynarodowej Szkoły Handlowej, obchodzącej w tym roku 20-lecie działalności.

i w Polsce, Katedra Przedsiębiorczości założona na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach przez prof. Bratnickiego staramy się to robić już od ponad dziesięciu lat. W skali makro pomocne będzie dalsze upraszczanie procedur rejestracyjnych, czy rozwinięcie finansowania najlepszych pomysłów, np. w formie joint-venture.

**„Jednym z głównych zadań polskiego rządu jest między innymi ochrona małych i średnich przedsiębiorstw przed egoizmem większych firm” – mówił podczas I Europejskiego Kongresu MŚP premier Donald Tusk. Pięknie powie-**

**dziane, ale jak tego dokonać w gospodarce wolnorynkowej?**

Małe i średnie przedsiębiorstwa nie mogą istnieć na rynku w izolacji. To w końcu duże korporacje kumulują znaczny kapitał, tworzą sporo miejsc pracy, zlecają mniejszym firmom podwykonawstwo. Duże i mniejsze przedsiębiorstwa powinny działać w symbiozie. W mojej ocenie, nie chodzi o restrykcyjne regulacje, czy interwencjonizm. Rząd przede wszystkim słusznie dostrzega kwestie rozwijania społecznej odpowiedzialności biznesu i potrzebę stymulowania takiej symbiozy na wolnym rynku, która przyniesie korzyści zarówno dla dużych korporacji jak i sektora MŚP.

O nowych trendach na Kongresie Marketingu i Innowacji w Samorządach

18 listopada bieżącego roku, Rzeszów stanie się miejscem debaty o nowoczesnych i innowacyjnych narzędziach wykorzystywanych w promocji miast i regionów. Pierwsza edycja Kongresu Marketingu i Innowacji skierowana jest do przedstawicieli samorządów, pracowników agencji, firm oraz instytucji okołobiznesowych

Organizatorzy Kongresu wśród głównych założeń tematycznych wydarzenia wymieniają m.in.: prezentację najnowszych trendów dotyczących metod promocji miast i regionów, ocenę strategicznego podejścia do marketingu miejsc opartego na innowacyjności oraz wskazanie efektywnych sposobów komunikacji z interesariuszami. – Wyróżnia nas to, że w przeciwieństwie do innych podobnych inicjatyw, my będziemy mówili o tym, co będzie, co nas czeka i jakie trendy w zakresie komunikacji samorządu z otoczeniem będziemy obserwowali w przyszłości. Z pewnością nie będziemy mówili o tym, co się już wydarzyło, właśnie dlatego warto do nas przyjechać – podsumowuje dr Dariusz Tworzydło, współorganizator Kongresu, pracownik Uniwersytetu Wrocławskiego, prezes zarządu Exacto Sp. z o.o.

Panorama patronuje

## Jak długo potrwa kryzys?

Podczas uroczystej inauguracji roku akademickiego 2011/2012 w chorzowskiej Wyższej Szkole Bankowej, wykład inauguracyjny wygłosił prof. Witold Orłowski, członek Rady Gospodarczej przy Premierze RP. Prof. Orłowski mówił o tym, jak długo potrwa kryzys. Definiując aktualną sytuację finansową na świecie, użył takich określeń jak „najpoważniejszy

kryzys od 70 lat” i „kryzys globalny”. Problem jest na tyle poważny, że, zdaniem ekonomisty, może on wiele zmienić na rynku finansowym, ale – na szczęście – nie zmieni podstawowych zasad gospodarki rynkowej. Wśród pozytywnych prognoz jest również ta mówiąca o Polsce, jako o kraju, który ma szansę przetrwać trudne czasy w niezłej formie. Ile te „trudne

czasy” potrwać? Podsumowując swój wykład, prof. Orłowski stwierdził, że czeka nas jeszcze wiele lat niepokoju i, prawdopodobnie, długi okres dość wolnego rozwoju. Nawiązał również do przykładów z historii – kryzysu amerykańskiego trwającego od 1925 do 1939 roku oraz japońskiego, który rozpoczął się w 1987 r. i trwa do dzisiaj. BW

